

SALLANDS magazine ONDERNEMERS

Carlijn Postma

"Als ik in de afgelopen tien jaren iets heb geleerd,
dan is het wel dat alles mogelijk is"

SOM's Passie: Jonge ondernemer Pim Jansen vindt in de jacht zijn
ideale uitlaatklep

SOM's Starter: Judith Elissen Virtueel Support wil leren in 2019
en knallen in 2020

SOM's Succesfactor: Blijkaartje bewijst elke dag dat je bij een
webshop best service kunt bieden



DE PEUGEOT BEDRIJFSWAGENDAGEN

BIJ AUTO PALACE



NIEUWE PEUGEOT PARTNER
**INTERNATIONAL
VAN OF THE YEAR**

NIEUWE PEUGEOT PARTNER



Bestelauto
van het jaar 2019

autoplace lease
Wat beweegt u?

ONTDEK ALLE PEUGEOT-BEDRIJFSAUTO'S
NU MET 5 JAAR LANG 0% FINANCIAL LEASE



VANAF
€ 10.490,-
ex btw.

PEUGEOT **PARTNER**



VANAF
€ 13.860,-
ex btw.

PEUGEOT **EXPERT**



VANAF
€ 16.206,-
ex btw.

PEUGEOT **BOXER**

WE MAKEN GRAAG EEN AFSpraak VOOR UW OFFERTE OP MAAT!

Het social media virus

"Waar heb je dat nu weer gehoord?" Ik stel de vraag regelmatig aan collega Martijn Jansman als hij weer met een nieuwtje op de proppen komt. Dan is het antwoord vaak: "Dat heb ik gisteravond gelezen op Facebook." Ik heb het dus gemist. De man die ooit een reputatie had als nieuwsgager, word tegenwoordig aan alle kanten ingehaald.

In mijn eerste baantje als correspondent kwam het er op aan als eerste op de fiets te zitten om met eigen ogen te zien hoe de brandweer een uitslaande brand onder controle kreeg. Of dat je het lef toonde bij een restaurant naar binnen te stappen waar de eigenaren werden verdacht van allerlei illegale praktijken. Nu kun je gewoon op de bank blijven zitten, pantoffeltjes aan de voeten en een Roy Donkers pakje om de lendenen. Zo lang de mobiele telefoon of tablet maar binnen handbereik is.

Een zeer gewaardeerde collega in de schrijvelarij, eveneens begin 50, hield zich lang voor de gek door te pas en te onpas te roepen dat het zo'n vaart niet zou lopen met dat internet. Dat het papier altijd de strijd zou gaan winnen. Ook hij moest in de spiegel kijken en constateren dat David dit keer niet zou zegevieren in het tweegevecht met Goliath. Alle respect voor hem dat hij de keuze maakte om zich niet gek te laten maken door de moderne communicatiemiddelen. Om zich gewoon in een compleet ander en ongewis zakelijk avontuur te storten. Ik heb die moed niet gehad. Probeer schoorvoetend

mijn eerste stapjes te zetten op het social media pad. Begin het zelfs een beetje leuk te vinden. Wat daarbij zeker helpt, is dat je af en toe ondernemers spreekt die hun sporen hebben verdiend op het gebied van bijvoorbeeld contentmarketing zoals Carlijn Postma. Mooi om te zien hoe de marketingwereld aan haar voeten ligt en ze momenteel overal in de wereld wordt gevraagd om haar visie op bingemarketing te delen. Alle respect! Maar persoonlijk word ik minstens zo blij van Erna en Inge van Blijkaartje. Zij vertrouwen me toe dat ze ondanks de webshop nog steeds persoonlijk contact hebben. Vooral om de klant bij te staan en haar (vaak is het haar) met een goed advies op weg te helpen.

De verhalen van Carlijn Postma en Blijkaartje vind je deze editie van het Sallands Ondernemers Magazine. Lekker ouderwets op papier. En vooruit na de verspreiding van dit magazine ook op de internetsite www.somonline.nl.

Tot slot, voordat je gaat lezen, wil ik je vragen om nog even aan het blad te ruiken. Lekker hè, papier?



Rudi Buitenkamp

Hoofdredacteur

Sallands Ondernemers Magazine



Receptie Zakelijke lunches en diners
Live cooking Eindejaarsborrel
Bedrijfsfeest Personeelsfeest



06 - 22 25 32 42 | info@cateringbyerwin.nl | www.cateringbyerwin.nl

OPLEIDING & TRAINING *op unieke locatie*



**Realistische en praktijkgerichte
trainingen op maat**



- | | | |
|---------------------|-----------------|---|
| • 22 nov en 13 dec | • VCA Basis/VOL | • |
| • 12 nov en 11 dec | • BHV opleiding | • |
| • 8 nov, 5 en 6 dec | • BHV Herhaling | • |



T 0572 - 85 08 86

M 06 - 18 37 67 83

E info@mboost.nl

W www.mboost.nl

Nieuwe Lemelerveldseweg 11, 8102 SH Raalte

Uw partner in duurzame LED verlichting

WANTIX LED

De nieuwste rage! De Wantix LED lichtwand

Met deze lichtwand breng je sfeer in je
bedrijfspan, kantoor of wachtruimte.

De lichtwand is ook goed te gebruiken op beurzen. Je kunt vele geprinte fotodoeken en stoffen banieren snel spannen en verwisselen. En het mooie is dat je een eigen foto kunt aanleveren en alle afmetingen zijn mogelijk. En zelfs een dubbelzijdige uitvoering is mogelijk. Wil je ook een wow-effect in je bedrijfspan of kantoor? Kom dan eens kijken in onze showroom.



Wantix LED

Boeierstraat 10-i

8102 HS Raalte

06 - 53 11 13 46

info@wantix.nl

www.wantixled.com

SOM's uitgelicht

Uitgever

N35 Media BV
Paalweg 5, 8141 RT Heino
0572 39 55 58
info@n35.nl
www.n35.nl

Redactie

Rudi Buitenkamp (hoofredacteur)
06 22 13 12 06
rudi@n35.nl

Yvonne van Deursen

Bladmanager

Martijn Jansman

Ontwerp & vormgeving

Inez Oldeboer
Oda Jansen
Yvonne van Deursen

Fotografie

Stefan Kemper Fotografie
Maeike Blauw Fotografie
Paul van der Wal Fotografie
Visual Impact
MOOI! media & more

Acquisitie

Martijn Jansman
06 51 29 96 22
martijn@somonline.nl

Patricia Ester

patricia@n35.nl

Druk

Veldhuis Media

Sallands Ondernemers Magazine verschijnt 4 keer per jaar. De oplage is 5.500 exemplaren op basis van controlled circulation in de plaatsen Raalte, Olst, Wijhe, Dalfsen, Heino, Nieuwleusen, Heeten, Haarle, Bathmen, Schalkhaar, Diepenveen, Lettele, Colmschate, Okkenbroek, Lemelerveld, Broekland, Laag Zuthem, Lierderholthuis, Luttenberg, Mariënheem, Nieuw-Heeten, Welsum, Wesepe, Deventer en Zwolle.

Volg ons!    

16



**De ondernemers-
verenigingen uit Bathmen
en Lettele** vinden elkaar heel
lief, maar een fusie, dat is
(voorlopig) nog een brug te ver

30



Judith Elissen dacht dat
ze het zelf allemaal wel
kon uitvoeren. Maar:
"het ondernemen is echt
een vak apart"

41



**William Kemperman
van De Bakermat** en
**Ilony Scholten interieur
ontwerp & styling** delen
dezelfde visie

24



Blijkaartje bewijst dat
het wél kan: persoonlijke
aandacht in een digitale
omgeving

36



Robin en Ellen Nijkamp
Eigenaar van Autoschade
Henk Nijkamp

46



Pim Jansen is altijd op
jacht. Naar roofwild of
een nieuwe uitdaging...

SOM jaargang 3 | editie 4

gaat vanaf 20 december 2019 in de verspreiding

Copyright

Niets uit deze uitgave mag zonder schriftelijke toestemming van de uitgever worden overgenomen en vermenigvuldigd. Het ongevraagd toesturen van fotomateriaal geschiedt op eigen risico.

Heeft u suggesties, vragen, complimenten of klachten over Sallands Ondernemers Magazine? Mail dan naar info@somonline.nl



Carlijn Postma verovert de wereld met marketing volgens het Netflix-principe

**Van rebel op de lokale middelbare school naar
de status van wereldwijde marketinggoeroe**

In de maand september was Carlijn Postma-Meijer achtereenvolgens te gast in Cleveland (VS), Ljubljana (Slovenië) en Kopenhagen. Uitgenodigd om te spreken over contentmarketing. Een meisje uit Raalte die als jonge vrouw naar Zwolle trekt en nu overal in de wereld wordt gevraagd om haar visie te delen met een publiek van gretige toehoorders. Tja, dat vraagt natuurlijk om een nadere kennismaking in het Sallands Ondernemers Magazine. En dan ook maar gelijk als coverstory, want er is genoeg te vertellen.

Als je voor het eerst binnenstapt in het kantoor van The Post, zoals het bedrijf van Carlijn Postma is gedoopt, proef je bijna de jeugdigheid. Een soort zakelijke joligheid. Er is geen moeite gedaan om de (lege) kratjes bier weg te halen en dat draagt zeker bij aan de relaxte sfeer. Het is de ambiance waarin de eigenaar en haar medewerkers het best gedijen.

We vinden The Post op de tweede verdieping van een kantoorpand aan de Aagje Dekenstraat in Zwolle. Niet in een creatieve broedplaats bij het NS-station of in een oud grachtenpand, maar gewoon in een (van buiten) weinig verheffend kantoorpand met uitzicht op de Ceintuurbaan. Het past bij mensen die zich bezig houden met contentmarketing. Oftewel: het gaat om de inhoud. "En", stelt Carlijn, "ik vind het mooi om juist op een plek te zitten waar men het niet verwacht. Het is mooi om anders te zijn", zegt ze met een glimlach.

Die kratjes bier zijn trouwens de erfenis van een aantal verjaardagen die in korte tijd binnen The Post zijn gevierd. "25, 23 en 29", somt ze de leeftijden op alsof het haar eigen kinderen zijn. "Ideale leeftijd. Ze snappen hoe het spelletje werkt, zijn niet doorleefd en ook nog eens hartstikke ambitieus. De gemiddelde leeftijd bij The Post is 33 jaar. Met mijn 41 jaar ben ik zelf inderdaad een stukje ouder. Natuurlijk is dat wel eens lastig. Er loopt hier een stagiaire rond die qua leeftijd mijn dochter kan zijn. Maar het is vooral hartstikke leuk."

Bestseller

Natuurlijk leert ze ook van het jonge spul op de werkvloer, maar in omgekeerde richting gaat het natuurlijk helemaal in de overtreffende trap. Want, hoe blij kun je zijn als je dagelijks mag werken met een vrouw die al van alles heeft gezien en gedaan op het gebied van (online) marketing. En in 2017 zelfs de status Content Marketing Vrouw

van het Jaar heeft gekregen. Ze barst nog steeds van de ambitie om voorop te lopen en gezien de verzoeken om overal in de wereld te spreken, mag ze zeker tot de top worden gerekend. Haar nieuwste boek 'Bingemarketing' belooft een regelrechte bestseller te worden. Misschien zelfs wel wereldwijd. "Beschouw een merk eens als een televisieserie met een verhaallijn. Elke uiting van content is een nieuwe aflevering van dezelfde serie. De kunst is dus om het spannend te houden en grote aanpassingen te vermijden. Kijk maar eens hoe bepaalde merken en bedrijven zich profileren op YouTube. Met verschillende huisstijlen, verschillende volumes en ga zo maar door. Dat leidt allemaal af van de boodschap die je voor het voetlicht wilt brengen. Alleen met eenduidige seriecontent bouw je aan een lange termijnrelatie met jouw publiek. Niet voor niets houden Netflix-series hele volksstammen aan de buis gekluisterd."

Kijk je diep in de ziel van Carlijn, dan zie je een zelfbewuste vrouw, een creatieveling, een rebel die net als op de middelbare school tegen heilige huisjes durft aan te schoppen en vooral ook een ondernemer. Is dat ondernemerschap haar eigenlijk met de paplepel ingegeven? "Nou, in mijn familie zijn wel enkele ondernemers te vinden, maar van mijn ouders heb ik het niet. Mijn ouders waren zelfs redelijk in paniek toen ik een goede baan bij een reclamebureau opzegde om met Bind (de voorloper van The Post, rb) te beginnen."

Eigenlijk droomde ze van een loopbaan als journalist en ze stond ook op het punt om als 17-jarig meisje naar de School voor de Journalistiek in Utrecht te gaan. Uiteindelijk is het de reclameopleiding in Rotterdam geworden en daar heeft ze tot op de dag van vandaag geen spijt van. "Het leek wel of daar alles samen kwam. Dit is echt het vak waarin ik mijn ei kwijt kan", aldus de geboren Raaltse die sinds vorig jaar het eigenaarschap van The Post deelt met Yossip de Jong. Wel beschikt ze

over een meerderheidsbelang. "Ik ben niet goed in cijfers. Nooit geweest trouwens", geeft ze een deel van de rolverdeling prijs. "Bovendien ben ik meer van de grote lijnen. Mensen enthousiasmeren, ze meenemen in een verhaal en daarna is het prachtig om te zien wat er in het creatieve proces gebeurt. Maar ja, we hebben inmiddels wel 22 personen op de loonlijst staan, dus je moet wel heel serieus met de bedrijfsvoering omgaan. Naast een steengoede marketeer is Yossip dus ook de man van het personeel en de cijfers."

Tsunami

In het bedrijfsleven heb je net als in het dagelijks leven volgers en mensen die het wiel uitvinden. Carlijn past naadloos in de tweede categorie. Met haar vierde boek over 'Bingemarketing' loopt ze voorop. En met haar eerste boek 'Zakelijk twitteren voor beginners in 2010' was dat niet anders. Bijna een jaar stond ze in de top 10 (met een vierde plaats als hoogste positie) van de beste managementboeken. "Dan word je ineens overal in Nederland gevraagd om jouw verhaal te vertellen. Best een vreemde gewaarwording. Het is me min of meer overkomen."

Los van haar kennis en ervaring, die de inhoud bepalen, is de Zwolse niet bang aan een nieuw avontuur te beginnen en als ware het pad te effenen voor haar vakgenoten. Het geeft haar de status dat iedereen in de branche luistert als Carlijn iets te zeggen heeft. Dat klinkt natuurlijk leuk, maar het is bij haar ook niet altijd van een leien dakje gegaan. "In de eerste jaren van het ondernemerschap was het best wel zoeken naar de juiste vorm. We maakten een klein beetje winst, maar dat was het dan ook."



Fotografie: Jani Ugrin for PM, poslovní mediji

Ze omschrijft haar functie van marketeer en communicatiedeskundige nog steeds als een bijster interessant vak. Je kunt stellen dat ze het heeft omarmd. Dat ze ontwikkelingen op de voet volgt, daar meteen wel een mening over heeft en dan haar eigen koers bepaalt. Binnen het vakgebied gebeurt heel veel, maar haar rode draad blijft (waarschijnlijk) altijd de contentmarketing. "Het is allemaal zo snel gegaan. Twitter is als een tsunami over ons heen gekomen. En met de overige social media is het eigenlijk niet anders. De moderne communicatiemiddelen zijn ontzettend belangrijk en bieden vele mogelijkheden, maar in mijn ogen moet je terug naar het merk om de strategie te bepalen. In content marketing knip je een verhaal in stukjes, probeer je het praktisch te maken en bepaal je welk verhaal je waar gaat plaatsen. De vergelijking met de series uit Hollywood is dan inderdaad heel dankbaar."

De (online) marketing is haar leven en dan kun je de vraag stellen hoever ze inmiddels afstaat van haar eerste liefde,



“ In deze tijd beschik je snel over de juiste data waarmee je virtuele bubbels kunt creëren. ”



de journalistiek. Uiteindelijk draait het in de journalistiek (in principe) meer om informatie, terwijl het bij (online) marketing vooral draait om beïnvloeden. En tegenwoordig kan iedereen een bericht of foto plaatsen en zichzelf een soort van verslaggever noemen. Het blijkt dat het journalistieke vuurtje nog steeds volop brandt. “In deze tijd beschik je snel over de juiste data waarmee je virtuele bubbels kunt creëren. Dat maakt de behoefte aan goede journalistiek groter dan ooit. Persoonlijk ben ik daarom heel blij met nieuwssites als De Correspondent en zeker ook Blendle. De laatste geeft mij elke dag de samenvatting van het belangrijkste Belgische en Nederlandse nieuws. In feite lezen ze de kranten voor me en verstrekken ze de beste artikelen. Op een journalistiek verantwoorde manier, dus niet op z’n Telegraafs. De uitdaging blijft dat we uit verschillende bronnen onze eigen visie en mening moeten vormen en niet alles klakkeloos moeten overnemen. Iets wat in de huidige tijd van nepnieuws helaas erg veel gebeurt.”

Proeven aan de wereld

Terug naar de boeken. Na ‘Zakelijk twitteren voor beginners’ (2010) volgen ‘Ik.nl’ (2011), ‘Contentmarketing in 60 minuten’ (2014) en nu dus ‘Bingemarketing’. Haar nieuwste creatie zorgt voor optredens tijdens vakcongressen in binnen- en buitenland. Op 8 oktober was ze dagvoorzitter op Content19, een evenement over contentmarketing en storytelling georganiseerd door het toonaangevende marketingtijdschrift Adformatie. En vanuit de hele wereld willen ze Carlijn Postma als spreker binnenhalen.

Natuurlijk is ze met haar 41 nog hartstikke jong, maar gaat ze het volhouden om voorop te blijven lopen? “Ik denk

dat het wel moet lukken. Het is tenslotte een intrinsieke interesse in het vak en dat maakt dat het geen moeite kost. Denk vooral ook niet dat mijn boeken wetenschappelijk of journalistiek verantwoord zijn. Het is mijn visie op een bepaalde ontwikkeling of iets wat staat te gebeuren in het vak. Niet meer en niet minder. Toch kan ik niet ontkennen dat ik het leuk vind als het boek straks als bron wordt gebruikt op hogescholen en dat mensen het gaan citeren.”

Ze heeft het momentum in handen en is ook niet bevreesd om wereldwijd het podium te beklimmen voor haar speeches en daarmee zichzelf en The Post verder op de kaart te zetten. Misschien ben je daarom geneigd te denken dat ze haar hele werkzame leven verbonden blijft aan het marketingvak, maar die garantie wil ze zeker niet afgeven. “Ik droom er ook wel eens over om naar Wageningen University & Research te gaan. Om bijvoorbeeld meer te leren over de balans in ons voedselsysteem en. Waarom niet? Als ik in de afgelopen tien jaren iets heb geleerd, is dat alles kan. Wat zou het mooi zijn als we elke tien jaar naar school gaan om ons te verdiepen in één specifiek vak. En dat je dan al je kennis en (werk)ervaring meeneemt naar een volgende carrière. Dan hoef je toch nooit met pensioen?”, droomt ze hardop.

In haar huidige baan vertaalt ze heel graag zaken van micro-naar macroniveau. Dat geeft meer vrijheid. Het mooie is dat Carlijn privé juist graag andersom denkt. “Dan blijf ik graag in mijn eigen omgeving waar ik me prettig voel. Ik kan niet ontkennen dat ik in het werk veel spannende dingen doe, maar hoe het ook gaat, thuis word je altijd weer met open armen ontvangen. Het ontspant en het zet je ook weer even op de plek. Kinderen kunnen je echt een enorme spiegel voor houden. Dat geeft mij rust.”

Drukkerij Van Asselt



Druk - Ontwerp - Binnen- & buitenreclame

Ambachtsweg 3 Lemelerveld
(0572) 37 21 55 info@drukkerijvanasselt.nl

Lees SOM online.nl

Stuur je zakelijke nieuwsberichten naar info@somonline.nl



HET BUITENHUY'S

Bar & Keuken

Dé nieuwe zakelijke locatie in Heino voor uw:

Eindejaarsborrel • Kerstdiner • Vrijdagmiddag borrel
Vergaderingen • Workshops • Jubilea
Lunch arrangementen • Teambuilding • en meer...

Informeer naar de mogelijkheden!

Ook buiten de
reguliere openings-
tijden kunt u bij ons
terecht voor diverse
arrangementen!



Open: do - vr - za vanaf 16:00 uur, zondag vanaf 11:00 uur. Raalterstraat 66, Heino | www.restauranthetbuitenhuis.nl



Flexible+ kan de nut en noodzaak niet vaak genoeg benadrukken

Bedrijfshulpverlening is een zaak van levensbelang!

Probeer je de volgende situatie eens in te beelden. Je bent elektromonteur en gaat samen met drie collega's voor een klus naar het zuiden van het land. Het loopt gesmeerd, je doet samen snel een bakkie koffie en dan ineens zie je één van de collega's in elkaar zakken. Iedereen heeft direct in de gaten dat het misse boel is en dat er snel actie wordt ondernomen.

Een paar seconden lang kijken de mannen elkaar aan, maar dan is één van hen al begonnen met de reanimatie. Als de ambulance arriveert, is het slachtoffer in leven en in het ziekenhuis blijkt later dat hij na een noodzakelijke ingreep prima verder kan met zijn leven. De helper krijgt van alle kanten complimenten over zijn adequate optreden en dankt het moment dat hij een BHV-cursus heeft gevolgd. "Daarmee kun je echt levens redden", vertelt Rick Spijkerboer van Flexibele+ in Raalte.

Hij snapt dat men (lees: de overheid) de bal graag bij een werkgever neerlegt. Per werkruimte wordt minimaal één BHV'er aanbevolen. Toch is het in zijn ogen een

gezamenlijke verantwoordelijkheid van de ondernemer en zijn medewerkers. "Waar het in eerste instantie om gaat, is dat iedereen zich bewust is dat BHV goed is voor het bedrijf. De volgende stap is om met elkaar in gesprek te gaan om te achterhalen wie de cursus heeft gedaan. Het kan natuurlijk zijn dat je het meeneemt vanuit een vorige baan en dat de huidige werkgever er niet van op de hoogte is."

Flexible+ heeft het belang van BHV tijdig onderkend, omdat door het hele land allerlei uitzendkrachten actief zijn op het gebied van bijvoorbeeld elektra, gas en asbestsanering. Dan ben je vaak in kleine teams actief en is het goed om te weten wie snel kan ingrijpen als zich iets voordoet. "Meestal gaat het om kleinere zaken als een valpartij of een snijwond. Ook dan is het fijn als iemand weet hoe je een verbandje moet leggen. Maar er kan zich ook een ernstige situatie aandienen waarbij je iemand moet reanimeren."

Uiteindelijk heeft Flexible+ zelfs een commercieel model uitgerold. Naast VCA-trainingen waarbij de nadruk ligt op veilig werken worden in het hele land BHV-cursussen

verzorgd. Dat kan op locatie - van buurtcentrum tot grote werkplaats in het eigen bedrijf - maar ook in het onderkomen van Flexible+ in Raalte dat de cursussen en trainingen binnenkort ook via LinkedIn gaat aanprijzen. "We hebben daar hele mooie animaties voor laten ontwikkelen."



HO HO HO

geen kerststress

Blijkaartje ontwerpt en verzorgt je
zakelijke kerstkaarten
dit jaar!



blijkaartje

HÉ ONDERNEMER!



Wat gebeurt er met
mijn onderneming bij
ziekte of overlijden?

Van Bruggen
ADVIESGROEP



Bel **0800 1800** of ga naar
vanbruggen.nl/raalte

Nadine Volkerink &
Hendrik Kooijmans
Het team van Raalte



BEN JIJ ER WEER BIJ?

Donderdag 14 november 2019

Netwerkevent

16.00 - 22.00 uur | HOFtheater Raalte

- Inclusief diner en netwerkborrel
- Gratis voor leden van ondernemersverenigingen in de gemeente Raalte en ambtenaren die werken bij de Gemeente Raalte.
- Niet leden € 50,- p.p.

Ondernemer van morgen

Heb jij je al aangemeld voor de derde editie van het netwerkevent Ondernemer van Morgen? Meld je snel aan op onze website. We hebben weer een topspreker uitgenodigd. Daarnaast zijn er ook weer verschillende kennis- en inspiratiesessies. Je gaat met veel kennis weer naar huis. Check onze website voor het definitieve programma.

Meer info op www.ondernemervanmorgen.nl



Loetje aan de Lageweg

Kan jullie werksfeer een positieve boost gebruiken? Is er onderling gedoe en loopt het niet lekker? Verlangen jullie naar een enthousiast team? Of is er al een fijne werksfeer en wil je dit graag behouden?

Marloe van de Worp van Loetje aan de Lageweg in Raalte helpt Sallandse ondernemers om de verbinding binnen het team te vergroten en een positieve(re) werksfeer te creëren. "Verbinding is het toverwoord voor meer (team)geluk!"

De afgelopen jaren verzorgde Marloe workshops op locatie.

Gelukkig kan dit nu ook vanaf haar eigen onderkomen. Een heerlijke, ruime, inspirerende trainings- en workshoplocatie. Midden in het buitengebied van Raalte en toch gemakkelijk bereikbaar.

Verwacht geen vloten bouwen, stokken stapelen of door de modder ploeteren. Wat wel? Informele teamuitjes met verrassende oefeningen voor een positieve(re) werksfeer. Marloe: "Vertel mij wat er precies speelt en welk resultaat jullie wensen, dan creëer ik een workshop op maat. Ook eventueel te combineren met een werkoverleg of kerstborrel."

Marloe van de Worp | Lageweg 22, 8101 NM Raalte | 06-30213858 | marloevandeworp@gmail.com | www.loetjeandelageweg.nl

De Leeren Lampe

Timo Roescher
Almelosestraat 2, Raalte
0572 35 58 55
info@deleerenlampe.nl
www.deleerenlampe.nl

De Leeren Lampe moet weer een prominente rol gaan spelen in de samenleving. Niet alleen in Raalte, maar ook in omliggende dorpen. Dat is het doel van Timo Roescher die de horecagelegenheid onlangs heeft overgenomen.

Het ondernemerschap zat er al vroeg in. Op zijn 20ste begon hij met BeleefEvents, een bedrijf in catering en evenementen. Een jaar later mocht hij Het Wapen van Wesepe overnemen en op z'n 24ste krijgt hij de kans om De Leeren Lampe verder te ontwikkelen.

Gedurende de week vinden diverse verenigingen en maatschappelijke groeperingen er onderdak voor een clubavond en/of vergadering. In het weekend komt de nadruk te liggen op club- en thema-avonden. Daarom wordt in november het nieuwe concept 'Club Lampe' gepresenteerd: uitgaan in een kleinschalige, gezellige ambiance. "Maar uiteraard is De Leeren Lampe ook nog steeds de plek voor feestjes, bedrijfsborrels en presentaties. De 7 zalen bieden vele mogelijkheden voor grote én kleine groepen."



Actiepunten moeten stevige impuls geven aan het centrum van Raalte

Het Raalter centrum en de zoektocht van gemiddeld naar bovengemiddeld



Dennis Melenhorst kan een glimlach niet onderdrukken als hij de gefronste wenkbrauwen van de verslaggever ziet. De term Stadsarrangement doet even vermoeden dat het gaat om een typisch staaltje Roalter Wind, maar de wethouder kan die gedachte direct weerleggen. "Het is een term die is bedacht door de provincie Overijssel, maar gelukkig kunnen we er als gemeente Raalte wel van profiteren."

De provincie heeft binnen het Stadsarrangement 2019-2021 namelijk 170.000 euro uitgetrokken om de kwaliteit van het centrum in Raalte te verbeteren. Gemeente, provincie en het Raalter Ondernemers Verbond (ROV) hebben de handen ineen geslagen en een aantal actiepunten geformuleerd. "Overigens hebben ook individuele ondernemers, bezoekers en bewoners van het centrum met hun input een duit in het zakje gedaan." Melenhorst is zicht- en hoorbaar blij dat het tot actie komt. "Tot nu toe hebben we veel ingezet op het verbeteren van het contact met de ondernemer. Het is natuurlijk wel een voorwaarde dat dat op orde is. Nu is het tijd om ons bezig te houden met de inhoudelijke opgaves. Als we het hebben over de retail gaat dat een stuk verder dan de discussie over wel

of niet betaald parkeren. Al is het een prima beslissing geweest om die barrière weg te nemen."

Knuppel in het hoenderhok

Natuurlijk is het altijd gemakkelijk roepen dat het centrum van Raalte aantrekkelijker moet worden. Iedereen is het met je eens, want er is altijd ruimte voor verbetering, maar waar is het op gestoeld? De gemeente heeft er daarom voor gekozen om eerst het DNA van het centrum in beeld te laten brengen. In dit geval door Strabo, de meest gevraagde winkelcentrumonderzoeker van Nederland. "De waardering voor het centrum blijkt opvallend hoog te zijn. Aan de andere kant komen via social media wel kritische geluiden tot ons", constateert Melenhorst.

Wat in de reacties van alle betrokken partijen veel terug komt, is de situatie op de Grote Markt. Of beter gezegd: hoe kunnen we het daar aantrekkelijker en gezelliger maken? Het is daarom de bedoeling om binnen afzienbare termijn een visie op de ruimtelijke kwaliteit van het centrum te presenteren. De gemeente gaat vier scenario's ontwikkelen waarbij het natuurlijk cruciaal is dat het gekozen scenario wordt gedragen door de ondernemers. Op voorhand geeft hij aan dat het plan voor ruimtelijke kwaliteit naar een hoog niveau wordt getild. "Tot op heden gaan veel discussies over stenen en groen en daar zorgen we wel voor een aantal quick wins, maar we moeten vooral ook kijken naar het grotere plaatje. Oftewel hoe we elkaar meerwaarde kunnen geven", aldus de wethouder die het aandurft de knuppel in het hoenderhok te



gooien. "Daar waar je reuring creëert, krijg je trek, dus je zou kunnen overwegen de markten te verplaatsen naar de Grote Markt." De verhalen over leegstand kent hij natuurlijk als geen ander, maar de liberale wethouder is net als bureau Strabo overtuigd van de kracht van het Raalter centrum. "Het is niet aan ons om winkelconcepten te ontwikkelen, maar in gesprekken met ondernemers en vooral ook vastgoedeigenaren willen we zeker meedenken. Mocht iets niet passen in het bestemmingsplan en het wordt wel beoordeeld als een kwalitatieve toevoeging, dan moeten we flexibel zijn", stelt Melenhorst die tot slot alle ondernemers oproept om te blijven meedenken. "Niet alleen het bestuur van het ROV, maar ook de individuele middenstander. Dit college wil participatief besturen."

Een weekomzet van 1,7 miljoen euro!

We vragen ons oprecht af hoeveel mensen deze Pubquiz-vraag goed zouden hebben of in ieder geval in de buurt komen van het juiste antwoord: wat is de weekomzet van het Raalter centrum?

Zowel winkeliers als horeca mogen worden meegerekend. Het antwoord gaat je waarschijnlijk verbazen: 1,7 miljoen euro per week. Oftewel 90 miljoen op jaarbasis. "Raalte krijgt relatief veel bezoekers, ongeveer 60.000 per week bruto (inclusief dubbeltellingen) en ruim 52.000 netto. En die besteden dus ook best veel", stelt Hans van Tellingen van bureau Strabo vast.

De bezoekers van het centrum worden in het onderzoek getypeerd als gemiddeld, volks en uitgesproken, gezellig en met een licht bovenmodaal inkomen. Er is op dit moment sprake van zo'n 10% leegstand

en langs de meetlat van vergelijkbare plaatsen valt dit nog wel mee. De grote vraag is op welke markten we ons moeten mikken. "De winnaars van dit moment, zijn de grote ketens zoals Zara, maar die komen niet naar Raalte. Meer kans heb je bij een KiK (Duitse kledingwinkel met lage prijzen, red.). En verder moet je mikken op specialistische winkels", aldus Van Tellingen die onze suggestie van een winkel met speciale bieren en/of streekproducten wel kan waarderen. "Je moet het inderdaad zoeken in het onderscheid. Het heeft voor Raalte geen zin om te concurreren met Deventer en Zwolle. Verder is het zeker ook een idee om een klein beetje winkelruimte weg te halen om het centrum compacter te maken. Maar, in zijn algemeenheid is er zeker geen reden voor ongerustheid over de toekomst van het Raalter centrum.



Er hangt liefde in de lucht bij ondernemersverenigingen Bathmen en Lettele

Meer kijken naar samenwerken, maar geen kwartetten met visitekaartjes

Uit de begroeting leid je af dat Ton te Riele en Dirkjan Olthoff elkaar al jaren kennen. Een ferme handdruk, de voornamen worden genoemd en voordat we er erg in hebben, gaat het gesprek van start. Hoe laatstgenoemde het zware weekend van de Bathmense Kermis heeft overleefd en wat er toch allemaal gaat gebeuren op de Holterweg. "Nee hoor, het is pas de tweede keer dat we elkaar zien", lachen de voorzitters van respectievelijk Ondernemersvereniging Lettele en de Verenigde Bathmense Ondernemers.

De eerste ontmoeting was een klein half jaar geleden. Samen met hun collega's uit Schalkhaar en Diepenveen namen ze het initiatief om elkaar eens beter te leren kennen en te kijken wat de gemeenschappelijke deler is. "Een positieve bijeenkomst", geven de heren aan. "We waren er al snel achter dat de problemen en uitdagingen aardig overeen komen. Is ook niet zo vreemd gezien het feit dat we allemaal buitengebied van Deventer zijn. Het is goed om te weten waar je elkaar

kunt versterken en misschien zelfs kunt voorthelpen."

Ik moet ineens denken aan het Calimero-gevoel. Het is natuurlijk wel fijn om dat te kunnen delen.

OVL: "Calimero, dat gaat me te ver, maar het is wel een feit dat Deventer is gefocust op de binnenstad. We willen wel beter gehoord worden. Eén van de agendapunten was daarom ook hoe het iedereen vergaat in het contact met de gemeente Deventer."

VBO: "Maar, we willen het ook niet groter maken dan het is. De gemeente Deventer was één van de 10 agendapunten. Nog belangrijker is de vraag hoe we naar de toekomst toe bestaansrecht behouden. Met andere woorden: hoe krijg je nieuwe leden en hoe houden we onze leden vast."

Dat is inderdaad wel een thema dat je bij meerdere ondernemersverenigingen terug ziet komen. Wat doen jullie er aan om te voorkomen dat een terugloop ontstaat?

VBO: "De kracht zit 'm voor mijn gevoel in de interactie met de leden. Je moet er als bestuur voor waken dat het een zendergestuurd verhaal wordt."

OVL: "Wij hebben in ieder geval het plan opgevat om verschillende thema's uit te diepen. Daar komen geen tientallen leden op

“

“Vanuit het verleden is er al sprake van een warme band tussen Bathmen en Lettele”

”

SOM'S NOABERSCHAP

Doen ondernemersverenigingen veelal hetzelfde werk en is alleen de aanpak verschillend? Er is slechts één manier om achter de waarheid te komen. SOM brengt iedere editie twee vertegenwoordigers van ondernemersverenigingen uit ons verspreidingsgebied aan tafel. Het ene moment zijn we interviewer, het andere moment notulist, want we juichen het juist toe als ze met elkaar in gesprek gaan. En wie weet, leidt het zelfs wel tot een innige band. In deze aflevering schuiven Dirkjan Olthoff (voorzitter Verenigde Bathmense Ondernemers) en Ton te Riele (voorzitter Ondernemersvereniging Lettele) aan.

af, maar dat hoeft ook niet. Een stuk of 20 is prima. Op kleine schaal praat het ook een stuk gemakkelijker. Iedereen heeft tegenwoordig al zoveel op de agenda staan, maar over het algemeen zijn ondernemers wel te porren voor kennisdeling.”

OVL: “Onze zomeractiviteit is dat we een kijkje nemen in de keuken van één van onze leden. Dat is erg leuk en leerzaam en er is dan veel belangstelling.”

VBO: “Zo zijn wij laatst inderdaad bij woon-, zorg- en dienstencentrum Het Dijkhuis geweest. Iedereen kent het, maar je hebt eigenlijk geen idee hoe het daar reilt en zeilt. Mijn ervaring is dat de leden dit soort uitstapjes zeker op prijs stellen. Het enige waar je tegenwoordig voor moet zorgen, is een goede planning.”

OVL: “Waar wij nog over willen nadenken, is een soort Kunstroute, maar dan voor bedrijven. Dat belangstellenden op één dag meerdere bedrijven per fiets kunnen bezoeken.”

De macht van het getal is natuurlijk wel belangrijk. Zijn jullie daarom ook actief bezig met ledenwerving?

OVL: “Het komt regelmatig aan de orde en we zijn er zeker ook mee bezig, maar het feit blijft wel dat er nog heel bedrijven geen lid zijn van onze ondernemersvereniging.”

VBO: “We steken in op het actief benaderen van bedrijven die nog geen lid zijn. Daar is nog veel winst te behalen. In een persoonlijk gesprek ben ik altijd benieuwd waarom ze nog geen lid zijn. Zeker ook omdat je dan automatisch ook bent aangesloten bij MKB Deventer. Niet dat je er altijd naar toe hoeft te gaan, maar het is nooit verkeerd om daar contacten te hebben. Overigens heeft de persoonlijke aandacht er wel voor gezorgd dat we een sprong hebben gemaakt van 50 naar 75 leden.”

We begrijpen natuurlijk dat ieder buurtdorp gehecht is aan de eigen identiteit, maar is het bespreekbaar dat de ondernemersverenigingen van Bathmen en Lettele binnen afzienbare tijd tot een fusie komen?

VBO: “Aan enthousiasme naar elkaar ontbreekt het niet. En als je kijkt naar de vier ondernemersverenigingen Schalkhaar, Lettele,

Bathmen en Diepenveen klinkt het logisch dat wij als eerste naar elkaar kijken. Vanuit het verleden is er al sprake van een warme band tussen Bathmen en Lettele.”

OVL: “Het bijt elkaar niet. Sterker nog: het is een logische aanvulling, dus het is niet uit te sluiten. Laten we eerst maar eens kijken hoe we nog meer kunnen samenwerken. Eén keer per jaar een gezamenlijke bijeenkomst is al een mooi begin.”

Hoe gaat het na de eerste bijeenkomst verder met de vier musketiers Schalkhaar, Lettele, Bathmen en Diepenveen?

VBO: “Dat gaan we in het nieuwe jaar zeker verder oppakken. In eerste instantie op bestuurlijk niveau. Wellicht dat we samen bepaalde thema's kunnen oppakken. Met z'n vieren is zeker winst te behalen richting gemeente en MKB Deventer. Er is vanuit Deventer nog maar beperkt oog voor ons, maar we moeten zelf ook meer aan de bel trekken.”

OVL: “MKB Deventer is een club waarbij zo'n 1200 ondernemers zijn aangesloten. Een gigantisch aantal, maar ik denk wel dat een

kwart van de leden uit Schalkhaar, Bathmen, Lettele en Diepenveen komen...”

Ik hoor een overlevingsdrang, de wens om meer en beter gehoord te worden, maar wat houdt jullie verder bezig?

Uitbreidingsmogelijkheden voor lokale bedrijven, infrastructuur, zeg het maar!

VBO: “In Bathmen zijn we momenteel druk bezig met de dorpsagenda. Dat is inherent aan een kleinere plaats die je graag levendig wilt houden. En dan wordt in Bathmen al gauw gesproken over de herinrichting van de Brink (het dorpsplein van Bathmen, red.). Als Verenigde Bathmense Ondernemers hebben we daar natuurlijk allerlei belangen. Zeker ook met het oog op de middenstanders die wel een graantje willen meepikken van de bezoekende toeristen en recreanten.”

OVL: “Dat is bij ons wel anders. We hebben vrijwel geen toonbanken meer in het dorp. En het bedrijventerrein is een combinatie

van wonen en werken. We zijn dus vooral bezig met ledenwerving en een goed inhoudelijk programma voor de leden.”

Als ondernemersverenigingen hebben jullie dus ook een aandeel in het dorpsbelang.

Ook hier een kwestie van 'samen sta je sterker'?

OVL: “Zo werkt het wel. In principe krijgen we nog wel aardig wat gedaan bij de gemeente Deventer. Zo heeft Lettele een mooi Kulturhus gekregen. Wel is het belangrijk om beter te overleggen tussen diverse partijen in het dorp. Soms hoor ik iemand praten over een kwestie die ondernemers betreft en dan denk ik 'waar haal je die wijsheid vandaan'? Maar we moeten zeker ook de hand in eigen boezem steken.”

VBO: “Inderdaad kunnen we de gemeente Deventer samen vast wel overtuigen van de noodzaak om bepaalde investeringen te doen. Als Bathmen iets wil, dan krijgt het dorp het op een of andere manier wel voor

elkaar. Wel is het zaak om met onder andere de gemeente in gesprek te blijven. Bathmen kent een rijk verenigingsleven, maar het is wel zaak om meer eenheid te krijgen en de krachten te bundelen.”

Tot slot: wat is de eerstvolgende activiteit op de agenda?

OVL: “Onze najaarsborrel met spreker. We hebben alleen activiteiten met leden, maar het is wel een wens van mij om jaarlijks een avond te organiseren waarbij ook niet-leden welkom zijn. Daarmee creëer je een breder draagvlak. De nadruk ligt dan op lering en vermaak. Prima als je kijkt of je iets voor elkaar kunt betekenen, maar het moet geen kwartetten met visitekaartjes worden.”

VBO: “Het eerstvolgende is de winterfair die half november op de agenda staat. En verder focussen we ons nog even op de herinrichting van de Brink. Eén ding is zeker: we moeten zorgen dat Bathmen een levendig dorp blijft.”





Leasefiets is nog nooit zo aantrekkelijk geweest dankzij nieuwe belastingregels

Een fiets van de zaak: duurzaam, gezond en nu ook veel voordeliger

Natuurlijk had Kruiper Tweewielers de laatste jaren wel contact met ondernemers die gebruik wilden maken van de leasefiets. De echte explosie bleef echter uit en dat was met name te wijten aan de ingewikkelde regeling voor het privégebruik. Dat heeft het kabinet er toe aangezet om de leaseregels te versimpelen. Vanaf 1 januari 2020 wordt voor de leasefiets standaard 7% bijtelling gerekend in plaats van de gebruikelijke 21%. "Dat is een hele vooruitgang", stellen Caroline en Marcel Kruiper.

Iedereen is overtuigd van het goede verhaal rond de leasefiets. Als werkgever heb je belang bij gezonde en fitte medewerkers. En de overheid is gebaat bij elke oplossing die enigszins bijdraagt aan het mobiliteitsprobleem. Het ontbrak tot op heden echter aan de juiste financiële impuls. "Er is keihard gelobbyd voor een aantrekkelijke bijtelling. In onze buurlanden is al langer sprake van een gunstige belastingregeling en het heeft daar echt gezorgd voor een boost in

de verkoop van elektrische fietsen."

Kruiper Tweewielers houdt dus serieus rekening met een flinke aanloop van bedrijven die het als voordeel zien dat voortaan een (groot) deel van het woon-werkverkeer per fiets gaat plaatsvinden. "Niet voor niets hebben ook de fabrikanten allemaal iemand in dienst genomen die het gebruik van de leasefiets moet stimuleren en activeren. Voorheen waren het private partijen die zich via het fietsenplan op de markt van de leasefietsen stortten, nu zijn het de fabrikanten die het doen."

Ondernemers kunnen dus rechtstreeks zaken doen met een bepaald fietsenmerk, maar nog beter is het om rechtstreeks leasecontracten af te sluiten met Kruiper Tweewielers. De Raalter fietsenzaak werkt samen met verschillende leasemaatschappijen, maar adviseert altijd om het eerst even af te stemmen met de eigen accountant. Bij Kruiper Tweewielers is voldoende keuze uit diverse merken, er is persoonlijk contact om de (extra) wensen door te spreken en je kunt afspraken maken m.b.t.



het onderhoudscontract. "Ook prettig voor de medewerkers als ze vanuit het verleden al een band met ons hebben opgebouwd", aldus Marcel en Caroline.

Ze beseffen dat er nog vele Sallandse bedrijven zijn die - ook voordat deze nieuwe aantrekkelijke fiscale regeling bekend werd - nog niet hebben nagedacht over de leasefiets. Het is daarom goed om nog even de voordelen aan te stippen. "In deze tijd waarin je in sommige sectoren lastig aan goed personeel komt, is het een hele mooie extra secundaire arbeidsvoorwaarde om mensen aan je te binden. En voor de medewerkers die al in dienst zijn, kan het een prima alternatief zijn voor loonsverhoging. Bovendien krijgt iedere werknemer na drie jaar de mogelijkheid om de fiets voor een bepaald bedrag over te nemen."



Doorstaat jouw website de blinddoektest?

Onlangs werd ik gebeld door een zakelijke relatie, met de vraag of ik een website van een kennis van haar kon beoordelen. De vormgeving van de homepage oogde professioneel, met frisse kleuren en goede afbeeldingen en was geschikt voor mobiele telefoons. Niks aan de hand zou je denken? Er was echter één grote maar... de website kwam niet door de blinddoektest!

Veel websites gaan er van uit dat iedere bezoeker weet wat de organisatie doet, maar erg gebruiksvriendelijk is dat niet. Op het razendsnelle internet heb je maar een paar seconden om de bezoeker te overtuigen, dat diegene op de juiste website terecht is gekomen. Anders is de bezoeker zo weer vertrokken.

Je moet er van uit gaan dat een bezoeker nog nooit van jouw bedrijf heeft gehoord en per toeval 'geblinddoekt' op jouw website komt en de blinddoek bij binnenkomst wordt afgedaan: de blinddoektest.

Maar hoe doorstaat jouw website dan de blinddoektest? Een website moet een bezoeker bij binnenkomst binnen een paar seconden antwoord geven op 3 essentiële vragen, vragen die iedere bezoeker zichzelf onbewust stelt:

- Waar ben ik?
- Wat kan ik hier doen?
- Waarom moet ik hier zijn?

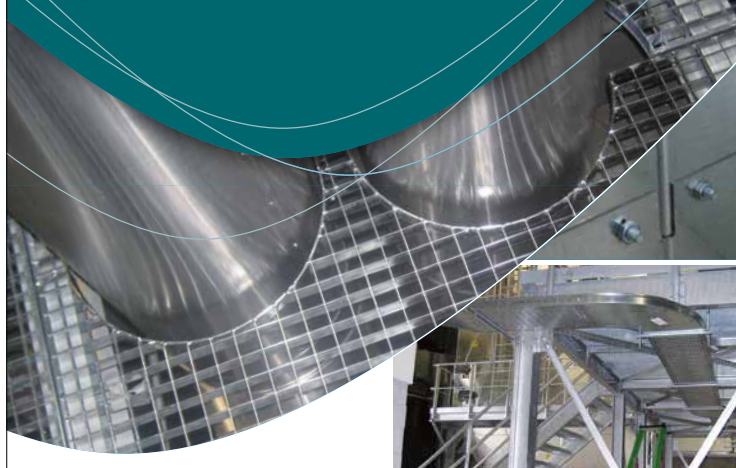
De eerste twee vragen kunnen beantwoord worden door middel van jouw logo, een tagline (korte beschrijvende zin en niet hetzelfde als een slogan) of het menu. De derde vraag kan worden beantwoord via bijv. de paginatitel. Beschrijf hier kort de oplossing, die jouw bedrijf biedt.

En doorstaat jouw website de blinddoektest?

Industriële metaalconstructies en halffabricaten is echt maatwerk.



Dat hebben we in huis.



De toepassing van metaal is onlosmakelijk verbonden met de industriële sector. Uw vraag is altijd anders. Onze oplossingen altijd op maat. Door onze brede kennis op dit gebied, heeft Elders metaal dan ook iedere keer het beste antwoord. Wij denken graag met u mee. Klantgericht en snel geleverd.

Van advies tot montage

Aan expertises geen gebrek. Onze engineers ontwerpen uw wensen in 3d. Geheel inzichtelijk. Vakkundig en met uiterste precisie wordt uw constructie gemaakt. Zonder concessies in kwaliteit en volgens de NEN-EN1090 norm. Door het eigen montageteam van Elders metaal heeft u geen omkijken naar... maar de garantie van vakwerk.

Staal, rvs en aluminium

De productie-eisen (en wensen) voor iedere afzonderlijke industriële sector kunnen veel verschillen. Veelal wordt aluminium en rvs gebruikt, maar iedere metaalsoort of afwer-



king is denkbaar. Elders metaal is specialist op dit gebied en helpt u de juiste keuzes te maken.

Kennis en kunde gegarandeerd!
Bel: 0572 - 381 280.



Omgeving



Bouw



Industrie

elders 
metaal

Dorpsstraat 72 8111 AE Heeten Tel: 0572 - 381 280

www.eldersmetaal.nl

Patrick Nauw van Straetus Vechtdal gaat net even iets anders te werk

Klantvriendelijk incasseren voorbehoud van zakelijke relatie



Vraag een ondernemer uit het midden- en kleinbedrijf wat de uitkomst moet zijn van een incassotraject, dan antwoordt 100% dat de factuur gewoon moet worden betaald. Dat is logisch, maar hoe mooi is het als je een incassobureau kunt inschakelen dat nog een stapje verder gaat. "Ons credo is dat we klantvriendelijk willen incasseren. Daarmee hou je de mogelijkheid open om de zakelijke relatie te behouden", stelt Patrick Nauw, eigenaar van Straetus Vechtdal.

Als je als schuldeiser in een incassotraject terecht komt, struikel je ongetwijfeld over de bureaus die je willen helpen. Schakel je Straetus in, dan ben je verzekerd van de hulp van een partij die in Nederland over dertig autonome vestigingen beschikt en inmiddels zelfs over de landsgrenzen actief is. Een partij met een bepaalde reputatie die er dankzij de franchisenemers zoals Nauw wel in slaagt om het persoonlijke contact hoog in het vaandel te houden.

Het persoonlijke is zelfs één van de kernwaarden van Straetus. Dan is het dus ook goed om Patrick Nauw nader voor te stellen. "In het verleden ben ik actief geweest als zaakbehandelaar en marketingcoördinator bij een landelijke deurwaarder, maar door de

crisis werd ik gedwongen uit te kijken naar een andere baan. Dat mocht best iets geheel anders zijn, maar wel een job waarin het draait om de mens. Toen liep ik de algemeen directeur van Straetus tegen het lijf. Het klikte en ik werd franchisenemer. Het bloed kruipt blijkbaar toch waar het niet kan gaan."

Straetus Vechtdal bedient een groot werkgebied dat zich grofweg uitstrekt van het zuiden van Drenthe tot Dalfsen en van Hardenberg tot Raalte. Het gebied kent niet veel geheimen voor hem. Ga maar na: kantoor in Hardenberg, woning aan de voet van de Sallandse Heuvelrug en een woonverleden van twintig jaar in Lierderholthuis. Hij kan dus lezen en schrijven met de Sallandse ondernemer. "Ik begrijp de mentaliteit. Dat je de zaken niet mooier moet maken dan ze zijn en ja, het helpt zeker dat ik ook letterlijk de taal van de klant kan spreken."

De kracht van Straetus Vechtdal is dat het zichzelf qua acties niet alleen beperkt tot het sturen van brieven. "Dat is wel nodig om het dossier op te bouwen, maar we zijn zeker ook voorstander van belpogingen en waar nodig huisbezoek. Alles om de boel in beweging te krijgen of in ieder geval een gesprek tot stand te brengen", aldus Nauw die graag benadrukt

dat de debiteuren zowel particulieren als bedrijven kunnen zijn. "In alle gevallen toetsen we eerst of de vordering terecht is en of het überhaupt kans van slagen heeft om het bedrag boven tafel te krijgen. Ik durf wel te stellen dat we in zeventig tot tachtig procent van de gevallen de gang naar de rechter weten te voorkomen."

Het 30-5-60 principe van Straetus Vechtdal

Waar het vaak mis gaat in het debiteurenbeheer is dat bedrijven geen duidelijke richtlijnen hanteren voor het betalingsverkeer. Het verzoek is wel binnen 14 of 30 dagen te betalen, maar daarna houdt het op. Als hulpmiddel kun je het 30-5-60 principe van Straetus Vechtdal hanteren: eerste herinnering na 30 dagen met het verzoek om binnen 5 dagen (Nauw: "dat is heel normaal") te betalen. Wordt er nog niet betaald, dan aanmanen en in gebreke stellen. En na 60 dagen kun je de vordering gerust uit handen geven.



TOYOTA

ALWAYS A
BETTER WAY

PROACE MAATWERK MAANDEN

NU
€ 1.000,-
MAATWERK
VOORDEEL*



MAATWERK VOOR JE NIEUWE MAAT

Met een Toyota PROACE moet je kunnen lezen en schrijven, vinden wij. Dus leveren wij niet alleen een ruime, sterke en zuinige bus, maar ook maatwerk. Zodat je er direct mee aan de slag kunt, of je nu aannemer, installateur of glaszetter bent. Tijdens de Maatwerk Maanden pak je bovendien € 1.000,- extra korting op de complete inrichting of aanpassing. Zo wordt je nieuwe PROACE helemaal dé bus voor jouw klus. Check de varianten op toyota.nl of kom langs voor een proefrit op maat.

Brandstofverbruik (EC 2015/45X) 5,1-6,0 l/100 km (19,6-16,7 km/l); CO₂ 133-155 gr/km.

* Wanneer u investeert in een Toyota PROACE, kunt u financieren tegen slechts 1,9% rente tot 60 maanden. Actieperiode van 01-09-2019 t/m 31-10-2019. Uiterste registratie-datum bedraagt 31-12-2019. Prijs exclusief BPM, BTW en kosten rijklaar maken. Prijswijzigingen en typefouten voorbehouden. Vraag uw dealer naar de voorwaarden.

Morrenhof

Raalte, Klipperweg 5, 0572-361616
toyota-raalte.nl

Assink Weustink loopt graag voor de muziek uit

In Averlo komen ze niet van een koude kermis thuis

Een duurzame kermis, is dat mogelijk? De botsauto's, de draaimolen, de suikerspinkraam, de kop-van-jut en de grijpparm laten draaien op groene stroom is een nieuw fenomeen in duurzaam Nederland. Geen vervuilende accu's of stinkende dieselaggregaten om de attracties op gang te houden. Maar is er een kans dat De Bank halverwege blijft steken of dat de oliebollen inzakken in het koude vet? Moeten de bezoekers 's avonds met een zaklamp de weg naar de schiettent zoeken? Niet als Assink-Weustink zich ermee bemoeit!

Het elektrotechnisch installatiebedrijf werkte samen met boer Mark Grootentraast om de groene kermis in Averlo afgelopen september mogelijk te maken. Meer dan zeshonderd zonnepanelen op het dak van de kippenschuur en een geavanceerde installatie in de schuur zorgden voor een gezellig feestje in Averlo. Een heel mooi project stellen bedrijfsleider Wilco Gol en financiële man Marc Klein Douwel van het Raaltse Assink-Weustink: "Een kermis vraagt enorm veel energie en de besparing die dit oplevert is dus groot. Daarnaast hoeft je niet meer te werken met vervuilende machines als een aggregaat en draag je bij aan een schonere leefomgeving." Een echte win-win-situatie beaamt het duo.

Het groene initiatief van Mark Grootentraast levert dus maximale winst op maar er was natuurlijk wel het een en ander te doen tussen het idee en de openingsavond van de kermis. Wilco Gol: "De geavanceerde installatie moet ervoor zorgen dat er bij stroomuitval een automatische omschakeling naar het noodaggregaat plaatsvindt. Daarnaast moet de installatie van zonnepanelen automatisch uitgeschakeld worden bij het inschakelen van de noodvoorziening. Die overschakeling mag niet ten koste gaan van de kippen, een stroomstoring in de stal is al snel funest voor de dieren." In korte tijd heeft Assink-Weustink de juiste infrastructuur aangelegd. "In zo'n project werk je samen met meerdere partijen zodat de kermis, de kippen én de woning geen moment zonder stroom zitten", zegt Marc Klein Douwel.

Zelfvoorzienend

Assink Weustink is een allround installatiebedrijf dat zich richt op het realiseren van alle installaties voor gebouwen en terreinen. In alle diensten die zij leveren, speelt duurzaamheid een grote rol. "Komend jaar starten we met een pilot voor de opslag van de overtollige energie uit zonnepanelen", zegt



Wilco. "We helpen onze klanten op weg naar zelfvoorzienend zijn", voegt Marc toe. Met zo'n batterij kunnen particulieren of bedrijven overtollige energie voor eigen gebruik opslaan in plaats van terug te leveren aan het netwerk zoals nu het geval is. "De batterijen werken op basis van kristal in plaats van het gebruikelijke lithium. Ze zijn dus ook nog eens milieuvriendelijk."

Energiebesparingsplicht

Er ligt meer dan genoeg werk voor de veertig medewerkers van Assink-Weustink. Wat te denken van de 1546 zonnepanelen die op een Heinose boerderij worden geïnstalleerd. "Maar ook de energiebesparingsplicht voor kantoren is actueel", leggen Gol en Klein Douwel uit. "Binnenkort moet men naar energieniveau C maar in 2030 moeten alle gebouwen energieniveau A hebben. Dit betekent een besparing maar men moet eerst investeren en daar adviseren wij graag en goed in." Beide mannen komen tot dezelfde conclusie: "We hebben technische mensen nodig!"



Raalter bedrijf koppelt kwantiteit en kwaliteit aan ongekend servicemodel

Blijkaartje geeft webshop wél de persoonlijke touch

SOM'S SUCCESFACTOR

De ene onderneming blijft worstelen om het hoofd boven water te houden, de andere slaagt er in alles wat het aanraakt in goud te veranderen. Is het goed ondernemerschap, is het geluk of is het een kwestie van wachten tot de juiste kans voorbij komt om daarop te kunnen anticiperen? Of is het een combinatie van factoren? Het Sallands Ondernemers Magazine wil het naadje van de kous weten. Oftewel, wat is de Succesfactor? In deze editie belichten we Blijkaartje uit Raalte.





Gewoon even wat cijfertjes om mee te beginnen. In 12 jaar tijd heeft Blij kaartje de mijlpaal van 25.000 klanten bereikt. Elke vijf jaar is de omzet minimaal verdubbeld. In 2018 is ten opzichte van het jaar ervoor een omzetgroei van 20% gerealiseerd. En voor 2019, dat voor het bedrijf toch in de boeken gaat als een bewogen jaar, ziet het er naar uit dat de omzet kan worden geëvenaard. "Ja, we zijn eigenlijk best trots op wat we hebben bereikt", stellen eigenaren Erna Koolhof en Inge Smit.

Ze moesten wel even wennen aan het idee dat Blijkaartje werd gevraagd voor een artikel in de rubriek SOM's Succesfactor. "Je moet echt niet denken dat al onze plannen en ideeën in goud veranderen. De onderneming is ontstaan vanuit passie, de situatie en de geboden mogelijkheden. Niet vanuit een visie die is gebaseerd op de spreekwoordelijke dollartekens in de ogen. Na 12 jaar is dat fundament niet veranderd. Wel hebben we gaandeweg steeds meer ambitie gekregen en heeft het ondernemerschap zich verder ontwikkeld." Blijkaartje is eigenlijk een vervolg op de baan van Erna als ontwerper bij een regionale drukkerij. Het ondernemerschap geeft haar de mogelijkheid om het goed te combineren met het gezinsleven. Dat geldt ook voor schoonzus Inge die

verantwoordelijk is voor de backoffice en het overleg met klanten. "Op de middag dat we aan de keukentafel besloten de krachten te bundelen, waren we meteen aan het werk. Als de kinderen in de box lagen en soms even een overlegje via Skype om zaken af te stemmen." De grote sprong voorwaarts werd gemaakt rond 2010 toen de dames in contact kwamen met Kaartje2go dat toen al een veel groter marktaandeel had en de mogelijkheid bood zelf online een ontwerp aan te passen. "Wij mochten als kleine ontwerpstudio onze bijdrage leveren, maar wat bleek: onze ontwerpen stonden stevast bij de populairste ontwerpen. Dat smaakte naar meer en het was voor ons het signaal om het heft in eigen hand te nemen."

Altijd meekijken

Ze gingen niet over één nacht ijs. Alleen het bouwen van de website, het creatieve domein en verkoopkanaal, nam al twee jaar in beslag. "Het moest functioneel zijn én Google-vriendelijk. En we waren de eerste in onze branche die gebruik maakte van HTML5-files. Dat was noodzakelijk als je werkte met een iPad. De generatie aanstaande ouders maakte net massaal de omschakeling van desktop en laptop naar iPad, dus dat zorgde voor een flinke stijging in het marktaandeel." De kracht van Blijkaartje zit voor een groot deel in de zelfredzaamheid. De klant, inmiddels zowel de particulier als de ondernemer, kiest en personaliseert een ontwerp en heeft met een paar klikken



mooie gedrukte kaarten in huis. Toch is er ook nog steeds rechtstreeks contact met de klant. Dat heeft enerzijds te maken met het groeiend aantal wensen en anderzijds met het hoge serviceniveau dat de dames willen bieden. "We kijken altijd mee en geven gevraagd en ongevraagd advies op de drukproef. Dan zien we nog wel eens dingen die beter kunnen en dat stellen we dan voor. Zonder dat er extra kosten aan verbonden zijn. Deze service is een investering in klantenbinding en het werkt: 9 van de 10 klanten blijven aan ons verbonden en zorgen voor een goede aanbeveling", weten Erna en Inge die in de loop der jaren flink hebben geïnvesteerd in personeel. Inmiddels zijn naast de twee eigenaren zes parttimers in dienst getreden. "Noodzakelijk om het werk aan te kunnen en zelf energie over te houden. Dit jaar is qua organisatie wel het een en ander gebeurd, maar we hebben het weer aardig op de rit."

Google-ranking

Natuurlijk houden we een rubriek als SOM's Succesfactor graag positief, maar om succes te behalen, moet je ook tegenslagen hebben gekend. Voor Blijkaartje geldt dat 2019

niet het beste, maar misschien wel meest leerzame jaar uit de geschiedenis is. "Dat komt door de personele ontwikkelingen, maar zeker ook door onze nieuwe site. Een noodzakelijke stap, want waar we in 2013 voorop liepen, zagen we dat de concurrentie een inhaalslag maakte. We hebben toen stevig ingezet op een zogenaamde mobile first website, want tegenwoordig gaat de meeste interactie via mobiel. Helaas was een langzame integratie van de website niet mogelijk. Al het aanbod, duizenden kaartjes, moeten we zelf opnieuw plaatsen. Daarnaast is de structuur van de site op veel punten veranderd. Dat leidde tot een lagere Google-ranking en minder traffic. Al met al dus een lastige periode van bijna een half jaar. Hoewel we dit vooraf heel duidelijk in kaart hadden gebracht, blijven die eerste maanden toch spannend. Gelukkig is de lijn naar boven ingezet. We geloven ook heilig in de nieuwe site. Niet alleen omdat we weer voorop lopen qua (ontwerp) mogelijkheden en het platformtechnisch goed in elkaar zit, maar vooral omdat we klaar zijn voor de toekomst."

Het is misschien een risico om deze vraag te stellen als je twee succesvolle dames tegenover te hebt zitten, maar vooruit, vaak bi'j te bange: "Bij Blijkaartje werken alleen vrouwen."



Missen jullie de mannen niet?

"Missen? Welnee joh... Maar we sluiten niets uit, want qua humor en interactie kun je ze er goed bij hebben. De doelgroep bestaat voor het overgrote deel uit vrouwen. Niet alleen voor de privé-, maar ook de zakelijke kaartjes. Tenslotte is het vaak een taak die bij de secretaresse wordt neergelegd. Vrouwen kunnen zich qua belevingswereld beter verplaatsen in de klant. Ze onthouden alles en bij een tweede belcontact vragen ze even hoe het met de specifieke situatie is."

Met de schier oneindige mogelijkheden van het internet in het achterhoofd is het een overweging om van Blijkaartje een grensoverschrijdend bedrijf te maken....

"We zien wel mogelijkheden voor bijvoorbeeld Duitsland of België, maar laten we niet te hard van stapel lopen. Eerst focussen op Nederland. We zijn hier nog lang niet klaar."

De weg van de geleidelijkheid is natuurlijk een prima strategie. Toch probeer ik het nog even: we naderen het einde van het jaar, dus een kleine vooruitblik kan wel.

Toch? Wat willen jullie in 2020 in ieder geval hebben gerealiseerd?

"Bij Blijkaartje zijn we van de kleine stapjes, maar nu de kinderen groter zijn, kunnen we wel een slag maken om ons aanbod te verbreden. 2020 Wordt het jaar waarin we ook met allerlei andere producten komen. Gebaseerd op een vraag van de klant en we kunnen het gemakkelijk realiseren met behulp van onze connecties. Dan kun je bijvoorbeeld denken aan allerlei andere spullen voor de babykamer. En voor het zakenleven zijn er ook veel mogelijkheden om het ontwerp van een kaartje door te trekken naar andere middelen."

Samengevat, wat is volgens jullie de succesfactor van Blijkaartje?

"Er zijn twee grote factoren. Ten eerste zijn wij de perfecte match om deze onderneming te runnen. Door onze verschillende karakters vullen wij elkaar heel goed aan. Ten tweede is het toch echt de eerder genoemde persoonlijke service die we in een digitale omgeving bieden. We durven hardop te zeggen we de beste zijn in oprechte aandacht voor de klant. Probeer het maar eens uit!"



Gaan jouw werknemers nog naar een cursus?

Ondanks dat we al jaren praten over duurzame inzetbaarheid en een leven lang leren, blijft driekwart van de werkenden liever aan het werk dan dat ze een dagje teruggaan naar de schoolbanken. Dit is niet zomaar een losse inschatting, want de gegevens komen van Onderzoeksbureau NIDAP.

Volgens de Werkgeversvereniging AWWN zijn in veel cao's afspraken gemaakt over duurzame inzetbaarheid en is in 1 op de 3 bedrijven een specifiek budget beschikbaar gesteld. Maar het beschikbaar stellen van een budget helpt niet. Werknemers zijn onvoldoende bezig met hun ontwikkeling en loopbaan op langere termijn.

En als de voorspellingen kloppen dat er geen banen meer voor het leven komen, we later met pensioen gaan en technologische veranderingen de arbeidsmarkt drastisch doen veranderen, dan is het duidelijk: iedereen moet investeren in zijn eigen ontwikkeling. Toch blijkt het lastig om 'een leven lang leren' gestalte te geven. Waarom? Omdat onderzoek ook laat zien dat veel werkenden geen duidelijk beeld hebben van de veranderingen op de middellange termijn en wat die voor hun eigen competenties betekenen. Zij voelen geen urgentie om te blijven leren. En dat laatste is zeer herkenbaar in onze praktijk van personeelsbemiddeling. Regelmatig spreken wij kandidaten die van baan willen/moeten veranderen, maar zelf al met de conclusie komen dat ze de afgelopen decennia niets aan scholing hebben gedaan. "Het is mijn eigen schuld, maar mijn werkgever heeft mij ook niet gestimuleerd".

Het is helder dat werkgever en werknemer niet stil kunnen blijven zitten. Ga met elkaar in gesprek. Stimuleer dat medewerkers blijven leren. Zorg dat jouw medewerkers arbeidsmarktfit blijven. Neem de medewerkers mee in veranderingen en ontwikkelingen en constateer samen wat dit betekent; scholing in kennis, vaardigheden, competenties, etc. Anderzijds is het toch geen straf dat medewerkers in zichzelf investeren?



En-ebel

Geeft u de ruimte!



www.en-ebel.nl

Project- en Adviesbureau

**VERDUURZAMEN
VERBOUWEN
VERHUIZEN**



Isfordink Olst
Bedrijfswageninrichting



PASSIE VOOR BEDRIJFSWAGENINRICHTING SINDS 1984!

Mogen we u ontzorgen bij de efficiënte en duurzame inrichting van uw bedrijfswagens?
Fleetowners | leasemaatschappijen | ZZP | MKB



ONE STOP SHOP
BEDRIJFSWAGENINRICHTING

Isfordink Olst
De Meente 5
8121 EV Olst

Tel. 0570-561500
E-mail: info@isfordink.nl
www.isfordink.nl

f / [isfordinkolst](https://www.facebook.com/isfordinkolst)

Drukkerij Lijnco in Groningen zweert bij IntrCooll-units van Oxycom Raalte

Machine en mens presteren beter bij goed binnenklimaat

OXYCOM
natural air conditioning

Iedereen heeft ze wel eens in de handen gehad. Stembiljetten voor de verkiezingen, vervoersbewijzen, tickets voor festivals of concerten, examenpapieren of een boekje voor een spaaractie van de supermarkt. Veel van dit projectmatige drukwerk is geproduceerd bij Lijnco bv in Groningen. Massaproductie met harde deadlines voor veeleisende klanten. Dat vraagt continu om kwaliteit. Een optimaal binnenklimaat is dan een essentiële component en daarin bleek Oxycom uit Raalte de juiste partner te zijn.

Voor een leek is het misschien lastig om het jezelf in te beelden. Dat mensen last hebben van een te warme of te koude werkomgeving is algemeen bekend. Maar dat ook machines hier onder te lijden hebben, is voor velen nieuw. Bart Tenfelde van Lijnco legt het haarfijn uit: "In onze productie hebben we te maken met processen waarbij vocht en temperatuur stabiel moeten zijn. Het papier wordt met grote kracht door de drukmachines gevoerd. Elke schommeling in vocht en temperatuur is dan meteen van invloed op het drukresultaat. Deze variabelen mogen daarom tijdens het proces niet oncontroleerbaar veranderen." Concreet gaat het om drie zaken: verwarming in de winter, verkoeling in de zomer en een constante luchtvochtigheid. Deze elementen

moeten van het begin tot het eind van de werkdag zo goed als stabiel zijn. "In het verleden probeerden we dat met een klimaatbeheersingssysteem van circa 200 kilowatt. Dat heeft helaas nooit optimaal gewerkt. Het benadrukt nog maar eens het belang van goed advies en de keuze voor partners die de specifieke materie perfect beheersen", vertelt Tenfelde over de voorgeschiedenis.

En toen kwam Oxycom in beeld. Met dank aan een wederzijdse relatie die beide partijen bij elkaar bracht. "Klimaatbeheersing met gebruik van een beetje water en een klein beetje stroom. Milieutechnisch verantwoord, maar hoe zou het in de praktijk uitpakken?" Tenfelde laat doorschemeren dat er eerst wel sprake was enige ongeloof en argwaan. In de gesprekken met het Raalter bedrijf werd gaandeweg wel duidelijk dat er een heel goed fundament ligt onder het unieke concept. "En dat gaf vertrouwen in de aangeboden oplossing." De IntrCooll-units (vijf in totaal) op het dak kregen meteen de kans zich te bewijzen. "Medio juli dit jaar was alles operationeel en het was toen hartstikke warm. De eerlijkheid gebiedt te zeggen dat er enige opstartproblemen waren, maar na bijsturen en fine-tuning liep het allemaal naar wens.

Op een gegeven moment was het buiten 40 graden. Eerder kon de temperatuur in de productiehal onder dergelijke omstandigheden wel oplopen tot 50 graden. Dit keer kwam de thermometer echter niet verder dan 28 graden. De medewerkers gaven aan dat ze de machines amper hoefden bij te sturen."

Kortom, de IntrCooll-units van Oxycom waren een schot in de roos. "De mensen op kantoor gaven direct al aan dat er wat hen betreft ook wel een unit bij het kantoor mag worden geplaatst...", stelt Tenfelde lachend. Of dat er van komt, is de vraag. Wel is al nagedacht over de volgende stap: "We willen de verwarming op een andere manier aanvliegen. In de praktijk hebben we nu eigenlijk alleen nog verwarming nodig voor het weekend. Wellicht kunnen we dus uit met een kleine HR-ketel."



Judith Elissen biedt managementondersteuning op afstand

Leertijd als cadeautje om jezelf als ondernemer te ontdekken

De twee tips voor startende ondernemers staan onder elkaar in mijn notitieblok.

Judith Elissen heeft ze dus vlak na elkaar uitgesproken. De ene tip is: "Zoek tijdig hulp." En de andere tip: "Blijf bij jezelf."

Op het eerste gezicht lijken de twee haaks op elkaar te staan, maar niets is minder waar. Ze kunnen juist prachtig naast elkaar bestaan. Het bij jezelf blijven, heeft namelijk alles te maken met het vak of ambacht dat je uitoefent, terwijl de ondersteuning juist alles te maken heeft met het ondernemerschap.

Het lijkt misschien alsof hier iemand spreekt die jaren geleden voor zichzelf is begonnen. De echte situatie is dat Judith Elissen Virtual Support pas op 1 januari van dit jaar het levenslicht zag. Hoewel ze het vooralsnog combineert met een baan in loondienst bij een groot bedrijf in Raalte lijkt ze geboren voor het eigen ondernemerschap. Dat proef je aan alles. "Het was nu of nooit, omdat ik het gevoel had dat mijn eigen ontwikkeling enigszins stokte. Ik had een nieuwe prikkel nodig. Al vind ik het dus wel heel moeilijk om meteen 100% te kiezen voor mijn eigen

bedrijf", aldus de 42-jarige ondernemer.

In een notendop biedt Judith Elissen Virtual Support managementondersteuning op afstand. In principe werkt ze dus vanuit huis. Mocht het echter noodzakelijk zijn om af en toe op locatie te komen, dan is dat uiteraard geen probleem. Kortdurende acties zijn bespreekbaar, maar de voorkeur gaat wel uit naar een langdurige relatie via een maandabonnement. "Ik onderscheid me dus met het virtuele aspect. Prettig voor de klant, want die is minder personeelskosten kwijt en ik kan op deze manier het hele land door terwijl ik geen reistijd kwijt ben. Bovendien is het heel goed te combineren met het gezinsleven."

Onbekend maakt onbemind

Als persoonlijke assistent van de directie neemt ze meer dan 18 jaar ervaring mee, maar ze heeft zich ook verdiept in het specifieke karakter van de virtuele support. In eerste instantie via informatie op internet en vakliteratuur, maar ze heeft ook een opleiding gevolgd via een academie voor virtual support

professionals. Dat moet voldoende zijn om haar bedrijf het noodzakelijke fundament te geven. "Het is nu vooral zaak om de meerwaarde van de virtuele assistent te laten zien. Voor veel ondernemers is het echt nog onbekend maakt onbemind, zeker in deze regio", aldus Judith die zich vooral wil richten op de ZZP'er en ondernemingen tot circa 10 medewerkers. "Ik heb het gevoel dat ik daar zeker van toegevoegde waarde kan zijn en dat geeft mij veel voldoening."

Haar dienstenpakket is heel breed en misschien het gemakkelijkst duidelijk te maken met een paar voorbeelden. Zo kan ze met haar vier talen gemakkelijk contact leggen met buitenlandse klanten of vestigingen en is ze in staat om een ZZP'er uit de bouwwereld te helpen met de (verbetering van) de communicatie met klanten en online marketing. Tevens kan ze voor jou afspraken regelen en professionele presentaties maken. Ook de organisatie van bijvoorbeeld een leveranciersdag kun je met een gerust hart aan haar overlaten. De omschrijving 'spin in het web' past dus bij haar als ware het een maatkostuum.



SOM'S STARTER

De ene ondernemer begint omdat hij al jaren droomt van het eigen ondernemerschap en de andere noodgedwongen omdat hij/zij thuis is komen te zitten. De een heeft zich al jaren voorbereid op die belangrijke stap, een ander ziet ineens een gat in de markt en handelt in een opwelling. Starters zijn er in vele soorten en maten. SOM zoekt iedere editie een ondernemer op die recentelijk voor zichzelf is begonnen en dus van alles kan vertellen over de eerste mooie stapjes en de valkuilen in de wondere wereld van het ondernemerschap. Judith Elissen van Judith Elissen Virtual Support uit Broekland heeft de luxe om het eigen ondernemerschap te kunnen combineren met een loondienstverband.

Juichmomentje

Als je zoveel talenten met elkaar kunt verbinden, dan word je waarschijnlijk niet meer verrast door alles dat als eigen ondernemer op je pad komt. "Ha, dat was mijn eerste gedachte ook. De algemene kennis heb ik wel in huis, dus ik dacht dat ik het allemaal wel kon uitvogelen, maar het ondernemen is echt een vak apart", stelt Judith die 2019 heeft uitgeroepen tot leerjaar om in 2020 te kunnen knallen. Zo kon ze het zich veroorloven om drie maanden uit te trekken voor het creëren van haar website. "Een ander had het ongetwijfeld sneller gekund, maar het was een bewuste keuze om het zelf te doen, omdat ik het leerproces weer goed kan gebruiken."

De eerste klanten hebben zich inmiddels aangediend en ze onderneemt allerlei acties om de zichtbaarheid te vergroten. Eén van de belangrijkste stappen is de aanmelding bij ZP Raalte. Inmiddels is ze zelfs als secretaris toegetreden tot het bestuur. "Ik zit graag dicht op het vuur om optimaal betrokken te zijn. Het is ook leuk om mee te denken en mee te praten."

Voor starters is het zeker goed om jezelf in netwerkclubs te profileren. Het zorgt voor bekendheid, maar het is ook een prima omgeving om te sparren met andere ondernemers. "Er komt echt veel op je af. Je loopt rond met allerlei vragen en er zijn allerlei praktische zaken waar je tegenaan loopt zoals een begroting maken, doelen stellen en natuurlijk geld verdienen. Ik weet nog heel goed dat ik mijn eerste aangifte heb gedaan. Dat was wel een juichmomentje."

Het is goed om zelf zaken op te pakken, te vissen naar hoe andere ondernemers het doen, maar de boodschap van Judith Elissen is zeker ook om tijdig professionele ondersteuning te zoeken. "Als starter word je echt overspoeld met vragen en allerlei zaken die je moet regelen. Een professional die het pad al heeft bewandeld, helpt je op weg en brengt structuur aan. Dat is prettig en soms heb je dat even nodig. Overigens heb ik echt niet de illusie dat ik nergens meer tegenaan loop, maar ik vind het tot nu toe een geweldig leerproces. En mocht de eigen onderneming niet slagen, dan is er nog geen vrouw overboord. Dan ben ik nog steeds supertrots wat ik allemaal heb geleerd."





Pionier Quido Lubbers houdt er niet van om de hand op de rem te houden

Drone Your Future gelooft heilig in de onbegrensde mogelijkheden van drones

Als je hem hoort praten over het fotograferen en filmen met drones kun je je niet voorstellen dat hij ooit achter een bureau plaats neemt. Toch is Quido Lubbers heel stellig als hij verklaart over een paar jaar zelf amper nog te filmen en te fotograferen. Als het aan hem ligt, is hij dan degene die de medewerkers van Drone Your Future op pad stuurt. En zeker niet alleen voor foto- en filmproducties. "Snel bezorgen van AED's of medicijnen, inspectie van agrarische gronden; het kan in de toekomst allemaal met drones."

De mogelijkheden zijn eindeloos. Alleen lijkt niemand in deze regio echt op ontdekkings-tocht te willen gaan. Iedereen, behalve Lubbers dan. "Soms voel ik me letterlijk een pionier in de regio. "Het zou toch geweldig zijn als Zwolle of Raalte de eerste gemeente in Nederland wordt waar drones worden ingezet om pakketjes te bezorgen of AED's snel op de plek van bestemming te krijgen."

Quido is wie hij is. Ook als hij aanschuift bij de directeur van een grote onderneming. Zijn outfit is standaard als volgt: een spijkerbroek met gaten, zwart of wit T-shirt, lakschoentjes los aan de voeten en zijn handelsmerk: een pet of muts op zijn hoofd. Verwacht dus zeker ook geen standaard film als je Drone Your Future inschakelt. "Dan moet je niet bij mij zijn. Ik bekijk alles vanuit een ander perspectief." Lubbers heeft het hart op de tong en mag graag een beetje tegendraads zijn. "Klanten komen soms met een mooi idee, maar als ik het niet vind passen, dan geef ik direct aan hoe ik er over denk. Ik ben de professional in mijn vakgebied, laat het creatieve proces maar aan mij over!"

Betekent dat ook meteen dat Lubbers alleen

in het hogere segment werkzaam wil zijn en je dus rekening moet houden met een flinke factuur? "Nee hoor, ik ben erg blij met een aantal hele grote klanten voor wie we nationaal en internationaal hele mooie dingen mogen maken. Maar we zijn er voor iedereen! We maken totaalproducties – dus inclusief uitgewerkt script, techniek, licht, geluid en animaties - voor bijna elk budget. En ook met een minder groot budget komen we gewoon naar je toe om alles goed door te spreken en een script op te stellen", aldus de Zwollenaar die in Heeten is opgegroeid en daar tot z'n 21ste heeft gewoond.

Grote mensenwereld

Het verhaal over de oorsprong van Drone Your Future mogen we je niet onthouden. "Dat is echt een bijzonder verhaal", vertelt de eigenaar er zelf over. "Ik wilde eigenlijk een GoPro kopen voor een vakantie op Mallorca en ging naar huis met een drone van 200 euro. Eén dag in de sneeuw testen en het was al kapot. Ik heb toen een semiprofessionele uitvoering aangeschaft en twee weken later nam ik de drone mee tijdens het kerstdiner bij mijn schoonouders. De familie was zo enthousiast toen ik met de drone binnen over tafel vloog dat ze me aanspoorden om er verder mee te gaan."

Voor Lubbers was het een openbaring om iets te vinden waaraan hij veel plezier beleeft en waarbij ook nog eens bleek dat hij over het nodige talent beschikt. "Tot die tijd was ik echt iemand van twaalf ambachten en dertien ongelukken. Sporten en gamen vond ik leuk en daar blonk ik in uit. En het besturen van de Playstation controller is bijna hetzelfde als het besturen van de drone, dus..."

Het laatste zetje naar een volwassen

status van zijn bedrijf moest komen van de netwerkclubs in de omgeving en uiteindelijk zijn eigen netwerkplatform 'Tisnetwerken'. "Het was de ontbrekende sleutel om van Drone Your Future een succes te maken.



Meld je aan voor het 'Tisnetwerken Kerstgala

Is Quido Lubbers zo'n persoon die meer dan 24 uur in een dag lijkt te hebben? Het heeft er alle schijn van. Hoe vind je anders de tijd om een eigen bedrijf in de steigers te zetten, bestuurslid te zijn van Business & Pleasure, veel te reizen en je helemaal suf te netwerken?

En dan tussen de bedrijven door ook nog in je eentje het 'Tisnetwerken Kerstgala' te organiseren. Op 18 december vindt de eerste editie plaats met: een 6 gangen-diner, champagnedames, exclusieve dance-acts, bekende artiesten en gastvrouwen van de Nederlandse tv. "Het belooft een waanzinnige avond te worden. De kaarten kosten een paar cent, maar dan heb je ook echt wat", stelt Lubbers.

Voor meer informatie: info@tisnetwerken.nl.



Te huur: Kantoorruimte in Heino

PAAL5 is
elkaar helpen
en versterken



- ▶ Kantoren **vanaf 25 m²** te huur
- ▶ Inclusief **airconditioning**
- ▶ **Parkeren** op eigen terrein
- ▶ In hartje **Heino**
- ▶ Verhuur **flex- en vergaderruimte**

Paalweg 5

| 8141 RT Heino

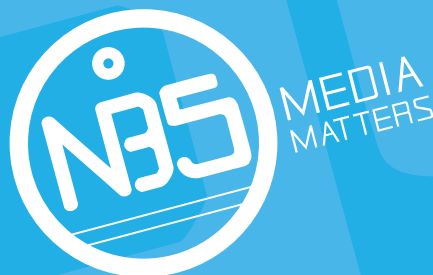
| 0572 39 50 30

| info@paal5.nl

| www.paal5.nl

Moeite met bloggen?

Neem dan een blog-abonnement bij



Wil je bloggen, maar vind je geen tijd om de juiste letters op papier te zetten?
Maak gebruik van ons blog-abonnement. Je kunt kiezen uit een wekelijks,
tweewekelijks of maandelijks abonnement. Wij klimmen graag voor je in de pen.

Communicatieadvies | Conceptontwikkeling | Marketing
Grafisch ontwerp | Journalistieke producties | Webontwikkeling



Verken de zakelijke mogelijkheden op een unieke locatie in het bos

Er gaat een wereld voor je open bij Omni Mobilae Binnen

Als kind vonden we het heerlijk om te ravotten in het bos. En wat doen we als we ouder worden? Dan spelen we werkgevertje en werknemertje in een kille (kantoor)omgeving als we op zoek zijn naar locatie voor een vergadering, training of kick-off met een nieuw team. Is dat logisch? Nee, natuurlijk niet! Ga daarom eens in gesprek met Omni Mobilae. We durven te wedden dat je wordt verrast door de mogelijkheden op deze unieke locatie in het bos tussen Raalte en Heino.

We begrijpen heel goed als je de zoektocht naar diverse mogelijkheden start met een telefoontje, maar je leert Omni Mobilae pas echt kennen als je ter plekke bent geweest. Nadat je de auto hebt geparkeerd, loop je een paar minuten door het bos om bij het hoofdgebouw ('de Berkenzaal', het lijkt wel een grote huiskamer) uit te komen. Tijdens de wandeling heb je al een blik kunnen werpen op twee mooie trainingslocaties voor kleine groepen: de Jachthut en de Bosplek (nieuw!). En natuurlijk op de kenmerkende

borden met leuke teksten waarvan zelfs de meest verstokte chagrijn vrolijk wordt.

Het is volledig in overeenstemming met de sfeer bij Omni Mobilae. Gemoedelijk en los, maar wel met oog voor de specifieke wensen van de ondernemer. "Of het nu privé of zakelijk is, mensen geven vaak als eerste aan dat ze met een bepaald aantal personen komen. Wij vragen ze juist om niet in personen te denken, maar samen met ons te kijken naar hun specifieke wensen en onze mogelijkheden. We nemen ze graag mee op ontdekkingsstocht. Als laatste gaan we kijken welke locatie het best past bij de omvang van het gezelschap, want we kunnen groepen van enkele personen maar ook van 150 mensen verwerken", vertellen eigenaren en gastvrouwen Monique te Riele en Wendy Masseling.

Trainingen en vergaderingen kunnen prima plaatsvinden in de Jachthut, de Bosplek of de Retrokamer in het prachtige hoofdgebouw. In en om het hoofdgebouw en de veranda kunnen tevens grotere meetings of



bedrijfsfeesten tot ca. 150 personen worden gehouden. Als de locatie is afgestemd, stelt Omni Mobilae samen met de zakelijke klant een draaiboek op, inclusief catering. "En daarin gaan we echt een paar stappen verder als vergelijkbare organisaties. We nemen graag de uitdaging aan om het je helemaal naar de zin te maken. In de reviews krijgen we vaak te horen dat we echt meedenken."

Omni Mobilae is de perfecte locatie als je wilt bewerkstelligen dat de medewerkers en andere gasten zichzelf losmaken van de dagelijkse routine. De locaties geven een warm en huiselijk gevoel en de omgeving biedt voldoende inspiratie en ontspanning. "Desgewenst kunnen we ook zorgen voor sprekers en trainers voor zowel persoonlijke als teamontwikkeling. Vraag eens naar de mogelijkheden."



“Vertrouwen op vakmanschap, maar
het komt ook op ondernemen aan”

5 vragen aan ...

Robin en Ellen Nijkamp van Autoschade Henk Nijkamp

In het Sallandse ondernemersland kom je ze geregeld tegen. Familiebedrijven die soms al meerdere generaties het estafettestokje doorgeven. Soms wordt direct vernieuwing doorgevoerd, soms blijft alles bij het oude. En natuurlijk is de categorie 'iets van er tussenin' het grootst en het meest gevarieerd. Ook Robin en Ellen Nijkamp, sinds 2016 eigenaar van Autoschade Henk Nijkamp in Olst, passen feilloos in deze laatste categorie.

De jonge ondernemers - Robin is nu 36 en Ellen 34 - durven het aan om stappen te zetten, maar beseffen wel heel goed dat het mede mogelijk is dankzij de inspanningen van pa en ma Nijkamp. "Ze hebben een prachtig, gezond bedrijf overgedragen, waardoor het ook een stuk gemakkelijker was om onze plannen voor vernieuwing aan de bank te presenteren."

We zeggen niets verkeerd als we de branche van autoschadebedrijven omschrijven als een enigszins traditionele sector. Wat doen jullie om aan dat beeld te ontsnappen?

"Nou, we hebben wel heel duidelijk gekozen om te starten met een tweede tak, de verhuur van Special Campers. Dat zijn off road pick-up campers. De wereld van autoschade is zodanig in ontwikkeling dat we niet afhankelijk willen zijn van alleen deze tak. Ga maar na, er zijn steeds meer elektrische auto's, de wegen worden beter en ook de zelfrijdende auto komt er aan. De eerste tien jaren zal het nog meevallen, maar we moeten er vanuit gaan dat zich steeds minder schadegevallen aandienen."

Een kwestie van de risico's spreiden dus?

"Dat is het inderdaad. Je kunt vertrouwen op het vakmanschap, maar het komt ook op ondernemen aan. In ons geval hadden we sterke behoefte aan een breder vizier. Dat is goed voor ons als ondernemers, maar we voelen ook een sterke verantwoordelijkheid voor onze medewerkers. In het kader van de risicospreiding hebben we voor de Special Campers ook een aparte handelsnaam in het leven geroepen."

Maar hoe is dat van die campers ontstaan? Daar hangt vast een heel mooi verhaal aan vast.

"Ha ha, dat klopt wel. Voor onze huwelijksreis wilden we naar Argentinië om daar de Dakar Rally te zien. Een mooi avontuur waarvoor je van tevoren de nodige uurtjes op het internet moet doorbrengen om je te oriënteren op allerlei mogelijkheden voor onderdak en vervoer. Het werd een gewone camper, maar in Argentinië zagen we de 4 x 4 pick-up campers rijden. Met al die gravelpaden was dat een betere keuze geweest. Het model sprak ons erg aan, dus we vroegen ons af of we het type ook in Europa konden huren. Het liefst natuurlijk in eigen land. Die mogelijkheid was er niet en dat zette ons aan het denken."

Dat kunnen we ons levendig voorstellen, maar dan gaat het ergens van een mooi, groot avontuur naar een businessmodel. Kunnen jullie daar iets meer over vertellen?

"Het ondernemersbloed kruipt dan waar het niet gaan kan. We hebben de tijd genomen om informatie te verzamelen en in het voorjaar van 2018 hebben we twee (slaap)units besteld die dit voorjaar op de pick-ups zijn gemonteerd. De verhuur van de Special Campers staat nog in de kinderschoenen, dus we moeten veel gaan doen met (online) marketing, maar we hebben er zin in."

Autoschade Henk Nijkamp was en is een financieel gezond bedrijf. Hoe kijken jullie naar de toekomst?

"Voor de Special Campers hebben we in het kader van de risicospreiding in ieder geval een aparte handelsnaam in het leven geroepen. Wat betreft de schadeherstel kun je eigenlijk niet verder vooruit kijken dan vijf jaar. Dat hou je continu in het achterhoofd. Zoals nu ook met het bestellen van nieuwe uitleesapparatuur. Wat nu goed is, kan over 5 jaar al weer gedateerd zijn. Het ontwikkelt zich heel snel, dus je moet continu bijsturen. Het grote voordeel is hier wel dat we niet te maken hebben met een torenhoge hypotheek."



WIJ MAKEN WERK
VAN JE TOEKOMST

Uitzendbureau met Sallandse wortels betreft kantoorruimte in centrum Raalte

Specialist in werving en selectie stelt alles in het werk om 'mismatch' te voorkomen

Natuurlijk draait het bij uitzendbureaus om de bekende klik. Een werkgever moet de kandidaat zien zitten. En het is aan de werkzoekende om zoveel vertrouwen uit te stralen dat het bedrijf overtuigd is de goede keuze te maken. Ben je daarin afhankelijk van karakters of kun je het lot een handje helpen? Als specialist op het gebied van werving en selectie is ERISWERK overtuigd van het laatste.

Daar ligt namelijk de grote kracht van ERISWERK. "Ik durf te stellen dat onze gesprekken met kandidaten veel uitgebreider zijn. Er komt zelfs een stukje psychologie om de hoek kijken. Dat helpt om de kwaliteiten en valkuilen van een kandidaat beter voor het voetlicht te krijgen", stelt Daniëlle Poppe die samen met vader Ben grondlegger en eigenaar is.

Voor wie het nog niet heeft gezien – het kan je bijna niet zijn ontgaan – ERISWERK is sinds deze zomer gevestigd aan de Koestraat in Raalte. Een mooi pand, waar voorheen Fysiotherapie De Stam was gehuisvest, met voldoende parkeerplaatsen voor de deur. Je bent bijna geneigd om te zeggen: dat is maar goed ook. Want, het staat als een paal boven water dat de groei er goed in zit bij het uitzendbureau met de overduidelijke Sallandse roots.

Het pand aan de Koestraat is een duidelijke volgende stap in de ontwikkeling van ERISWERK. Amper drie jaar geleden begonnen als 'het andere uitzendbureau'. Anders als in de zin van oorsprong én de manier waarop ze te werk gaan. Niet gesteund door een grote, landelijke organisatie, maar juist klein,

flexibel en op z'n Sallands. "Wat dat betekent? Vooral dat we de tijd nemen om aandacht te besteden aan zowel het bedrijf als de werkzoekende. Dat we dus niet de eerste de beste uitzendorganisatie zijn."

Eigen markt creëren

ERISWERK heeft een duidelijke basis in de maakindustrie, maar het realiseert een mooie groei in de sectoren logistiek en kinderopvang. De laatste toevoeging mag je bijzonder noemen, maar Daniëlle geeft graag een toelichting. "Afgelopen zomer kregen we hele duidelijk signalen dat de kinderopvangorganisaties te maken hebben met een groot tekort aan medewerkers. En aan de andere kant zien we veel cv's met die kwalificaties voorbij komen. Dan moet ergens sprake zijn van een mismatch. Dat triggert ons, daar duiken wij in en op die manier creëren we als het ware onze eigen markt."

We komen nog even terug op één van de kernwaarden van ERISWERK: aandacht besteden aan de werkzoekenden en het bedrijfsleven. Dat betekent dus ook dat ondernemers en HR-afdelingen vooral realistisch moeten blijven. "Natuurlijk kun je vragen om een 10. De vraag is alleen wat er gebeurt met een kandidaat die overgekwalificeerd is. Wil je het risico lopen dat hij/zij met een half jaar weer de benen neemt? Ons streven is altijd dat we iemand vinden met de intentie om een blijvertje te worden. We laten niet gauw los, maar ook wij kunnen natuurlijk geen gouden bergen beloven. Ons advies aan ondernemers? Als je twijfelt, moet je het niet doen."



De laatste aanwinst: Jolande Overmars

ERISWERK heeft recentelijk een nieuwe specialist in dienst genomen. Een oude bekende voor Daniëlle Poppe die niet lang hoefde na te denken toen Jolande Overmars (opnieuw) op haar pad kwam. "Iemand met veel ervaring die buiten de vaste kaders durft te denken.

Jolande heeft een opleiding in communicatie en marketing achter de rug en beschikt over ervaring in zowel de transportsector als de uitzendbranche. "Het mooie van ERISWERK is dat je meer tijd krijgt om de werkzoekende aan een bedrijf te koppelen", aldus de nieuwe kracht die gezien haar achtergrond zeker ook een bijdrage gaat leveren in het opstellen van de juiste vacaturetekst waarmee een kandidaat wordt aangesproken.



Laat warmtepomp ons echt in de kou staan?

Onlangs liet Radar weten dat er veel klachten over warmtepompen bestaan. Zo zouden woningen niet warm genoeg worden, is het kraanwater in de ochtend juist te warm en wordt het beloofde rendement niet gehaald. Wij zien dat de warmtepomptechniek op dit moment bij tachtig procent van de nieuwbouw wordt toegepast en dat naar volle tevredenheid, ook in de utiliteitsbouw. De sleutel tot succes is het omzeilen van valkuilen door aan de voorkant secuur te selecteren.

Bij nieuwbouw is het redelijk eenvoudig om een goed functionerende warmtepomp te selecteren en klachten tot nul te reduceren. Nieuwbouw voldoet namelijk aan alle eisen van duurzaamheid. Nu nog met de Energieprestatiecoëfficiënt (EPC), vanaf 1 juli 2020 gelden de eisen voor bijna energieneutrale gebouwen (BENG). Voor bestaande bouw adviseren wij een stappenplan op basis van de trias energetica: beperk de energievraag, gebruik duurzame energie en gebruik, indien nodig, fossiele brandstoffen zo efficiënt en schoon mogelijk.

Dat stappenplan begint met een analyse van het gebouw. Hoe staat het met de zonwering, ventilatie en isolatie? Dan volgen de wensen ten aanzien van het comfort op de individuele werkplek. Een goed binnenklimaat verhoogt de arbeidsproductiviteit en verlaagt het ziekteverzuim. Bovendien doet een comfortabel gebouw het goed in de verhuur en verkoop. Zeker als het gebouw ook optimaal voorsorteert op de wettelijke eis dat alle bestaande bouw in 2050 energieneutraal moet zijn.

Met alle gegevens in kaart volgen enkele concepten met maatregelen die de energievraag beperken en systemen die op duurzame wijze in de resterende vraag voorzien. Natuurlijk zijn deze concepten voorzien van een begroting, waarin niet alleen de investering, maar ook de subsidiemogelijkheden, energiebesparing en onderhoudskosten zijn meegenomen. Na de definitieve keuze volgen ontwerp, installatie, inspectie, onderhoud en nazorg om er zeker van te zijn dat de warmtepomp en andere maatregelen aan alle verwachtingen voldoen.



*“ De eerste indruk maak ”
je maar één keer!*



Veldhuis Media



Hairstyling Mariël



Hairstyling Mariël

*Meer dan 35 jaar ervaring
in projectstofferings!*

Marktstraat 23
8102 CH Raalte
0572 - 35 34 85
info@haarco.nl

www.haarco.nl

Ondernemers Ilony Scholten en William Kemperman delen dezelfde visie

Buiten de gebaande paden gaan en je hebt nieuwe energie voor de volgende stap



SOM'S UITWISSELING

Zet twee ondernemers bij elkaar aan de stam- of keukentafel en je krijgt een gesprek. Maakt niet uit in welke branche ze actief zijn. De verschillen kunnen groot zijn, maar er zijn altijd overeenkomsten. Iets dat ze zeker blijft binden, is de vrijheid van het ondernemerschap. In de rubriek SOM's Uitwisseling brengen we twee regionale ondernemers bij elkaar. Om te leren, om te prikkelen, om te beïnvloeden en vooral om informatie uit te wisselen. In deze editie van SOM gaan we op bezoek bij De Bakermat in Haarle en als gast nemen we interieurontwerper Ilony Scholten mee.





De rubriek heet SOM's Uitwisseling. Ondernemers die ervaringen uitwisselen en van elkaar leren, dus niet persé dat ze zelf ook van ambacht moeten zijn veranderd. Het lot heeft William Kemperman van De Bakermat in Haarle en Ilony Scholten interieur ontwerp & styling uit Raalte bij elkaar gebracht en ze blijken meer te delen dan ze van tevoren wellicht hadden ingeschat. William heeft als timmerman met succes geroken aan een bestaan als fotograaf, terwijl Ilony het onderwijs achter zich heeft gelaten voor een carrière als interieurontwerper.

Misschien hebben ze het zelf niet zo in de gaten, maar eigenlijk zijn Ilony en William wel een beetje anders. Misschien zelfs eigenzinnig. Als je het vergelijkt met een groot aantal ondernemers tenminste. Die klampen zich namelijk vaak hun hele arbeidsleven vast aan dezelfde rituelen. Passen min of meer op de winkel, want verandering is iets heel engs dat ze buiten de comfortzone doet belanden. Twee uitspraken die de gesprekspartners van vandaag typeren: "Ik maak altijd twee ontwerpen. Eén waarbij ik laat zien heel goed te hebben geluisterd naar de klant. En één waarbij ik creatief gezien compleet de andere kant op ga. Dat levert gespreksstof op." (William). "Als ze hetzelfde willen als bij de buurvrouw, dan moeten ze daar maar naar toe gaan." (Ilony). Een gesprek met deze twee ondernemende ondernemers is dus een verademing voor iedere journalist. We spreken af bij De Bakermat in Haarle. Van vroeger uit een winkel die het midden houdt tussen een Welkoop en een bouwmarkt. Het moet binnen afzienbare termijn uitgroeien

tot een soort rauwe showroom waar William zijn maatwerk meubelen en reclamewerk kan presenteren. De aandacht van Ilony gaat echter uit naar de werkplaats. De plek waar meerdere ambachten bij elkaar komen. De Bakermat richt zich namelijk ook op reclame signing en concepting. Haar blik valt op de grote graveermachine. "Zijn hier onze jubileumkaarten mee gedaan?" William knikt bevestigend en geeft ter plekke een demonstratie. De laser brandt eenvoudig de gewenste vorm en letters in het hout. "Je kunt er veel mee doen. Kunststof, hout, karton en zelfs staal, maar bij staal hangt er wel een prijskaartje aan, want dan heeft de laserbuis behoorlijk te lijden. Veel bedrijven gebruiken een frees, maar die kun je niet gebruiken bij kleine oppervlaktes. Deze laser is fijner in de afstelling." "Maar, ik heb ook wel iets leuks", zegt Ilony en ze haalt de colour reader uit de tas. Een leuke gadget die is gekoppeld aan een app waarmee je bij de klant snel een bepaalde RAL-kleur in beeld wilt brengen. "Dat is echt heel handig", stelt William vast. Ze kennen elkaar dus al wel. Van de kaartjes,

maar ook van één opdracht van Ilony. "Ik mocht het interieur ontwerpen van het nieuwe Uitvaarthuys van Haarle naar Alfons van Breen in Raalte. Voor de vloer kwam ik via via terecht bij William. En als geboren Luttenbergse wist ik dat hij ook de tafels had gemaakt voor horecagelegenheid Spoolder." "Dat klopt inderdaad", geeft de eigenaar van De Bakermat aan. "We hebben een paar mooie projecten gedeeld via social media. Dat werkt wel goed. Daar komt toch proat van. Zo kom ik de naam van Ilony ook steeds meer tegen. Jij timmert ook aardig aan de weg!"

Een timmerman die fotograaf wil worden en een onderwijskracht die de overstap maakt naar het interieurontwerp. Daar willen we toch echt wel iets meer van weten.

WK: "De korte versie is dat ik altijd fotograaf had willen worden, maar uiteindelijk is het timmerman geworden. Toch kriebelde het en heb ik het een jaar als fotograaf geprobeerd. Daar kon ik op een gegeven moment van leven omdat ik opdrachten kreeg van een paar grote merken. Na een jaar werd ik echter fotomoe en ben ik gaan doen wat ik leuk vind: dingen bedenken, creëren en ontwerpen. Ik vond het plezier in de fotografie terug en met de nieuwe tak signing en concepting is fotografie ook weer beter in te passen. Het valt nu allemaal op z'n plek."

IS: "Ik wilde eigenlijk naar het CIBAP, de



vakschool voor vormgeving, maar dat zagen m'n ouders niet zo zitten. Verrassend genoeg ben ik toen in het onderwijs terecht gekomen. Ik vond het wel erg leuk."

WK: "Hoe heb je toen de overstap gemaakt van het onderwijs naar het interieurontwerp?"
IS: "Ik heb het er altijd wel bij gedaan. Nadat ik de interieuracademie heb afgerond, heb ik onder andere klussen voor Zwakenberg en Mint in Raalte gedaan. Ik was altijd wel op zoek naar die balans. Vind heel veel dingen leuk..."

Drukke ondernemers dus?

IS: "Ben nu twee jaar voor mezelf bezig en ik zit tot over mijn oren in het werk. Schuif soms al klussen door naar collega's met wie ik in een interieurclub zit. Hoe ze me weten te vinden, weet ik soms niet, maar via iedere klant komt wel weer een andere klant."

WK: "Ik merk dat momenteel alles op een bepaalde manier bij elkaar komt. In de afgelopen jaren heb ik het geluk gehad dat ik veel kennis heb mogen vergaren. Eerst als timmerman en vrij snel daarna ben ik in Raalte bij Raab Kärcher gaan werken. Onder leiding van Peter Miljoen (Raab Kärcher) en Wout Jansen Holleboom (inmiddels Bajo) heb ik veel opgestoken op het gebied van materialen en commercie. Tussendoor ben ik gaan fotograferen en ontwerpen en ben ik blijven timmeren, maar al snel kon ik het niet

meer alleen. Vooral de komst van Nadine Bonnhof heeft de rust en het inzicht gebracht dat ik zeker in het begin erg miste. Om het goed onder controle te houden, is het wel noodzakelijk om meer uit te besteden. Dat durfde ik eerst niet zo goed, maar twee andere ondernemers hebben me wel aangeraden bepaalde stappen te zetten. Ik probeer goed te luisteren naar de gevestigde orde van de Sallandse ondernemers. Daar pik je veel van op."

IS: "Uitbesteden is bij mij ook steeds meer aan de orde. Grotere klussen die je met een aantal andere bedrijven samen oppakt en waarbij ik het overzicht bewaak."

Tegenwoordig lijkt alles in het zakenleven af te hangen van het netwerken. Hoe actief zijn jullie daarmee?

WK: "Eerlijk gezegd heb ik er niet zoveel mee. De haren gaan me al overeind staan bij de gedachte."

IS: "Toch is het wel goed om te doen. Je hebt er echt iets aan."

WK: "Ik probeer me er wel overheen te zetten. Ben tijdens Stöppelhaene maar eens naar de ondernemersmiddag gegaan. Dan kom je bij een groepje te staan, het was gezellig en daarna ben ik nog gebeld voor een opdracht. Dus, inderdaad, het werkt wel. Ik probeer nu af en toe ook een ochtend vrij te maken om ergens binnen te wandelen.

Het is ook mooi om eens in de keuken van een andere Sallandse ondernemer te kunnen kijken."

In beide branches heb je op een bepaalde manier te maken met trends. Nieuwe ontwikkelingen waar je wel of niet iets mee moet. Hoe gaan jullie daar mee om?

IS: "Ik ga regelmatig naar beurzen, zowel binnen als buiten Nederland, om goed op de hoogte te blijven van alles wat er speelt in de interieurmarkt."

WK: "Dat is bij mij nog niet aan de orde. Ben nog echt in de opbouw van het bedrijf en gun me daar eigenlijk geen tijd voor. Bovendien ben ik liever degene die de trend neerzet..."

Als we jullie zo horen praten, is dit vast niet de laatste ontmoeting. Jullie kunnen ongetwijfeld nog veel voor elkaar betekenen

IS: "Ik denk inderdaad dat we elkaar vaker gaan opzoeken."

WK: "Ik kan me voorstellen dat ik Ilony ga meenemen naar grotere klanten. Dan bied je een completer aanbod en meerdere professionals in één bezoek. Misschien wel een goed voornemen voor het nieuwe jaar."

IS: "Dat je ook met signing en concepting bezig bent, was even aan mijn aandacht ontsnapt. Het is goed dat ik het nu weer weet, want daar kan ik wel wat mee."

Kerstpakketten en kerstkaarten



Ruime keuze, kom langs in een van onze vestigingen of bestel op officecentrakerstpakketten.nl

Vanaf
12.00
13,37 incl. btw

Kies je persoonlijke kerstkaart

Bestel nu je kerstkaarten eenvoudig online. Op kiesuwkerstkaart.nl heb je een ruime keuze aan verschillende kerstkaarten. Het is mogelijk de kaarten met een eigen tekst en/of logo te laten bedrukken of onbedrukt te bestellen.



Keuze uit verschillende kaarten die een goed doel ondersteunen



SHOP OP KIESUWKERSTKAART.NL

Ontvang 50% korting

op het laten drukken van een persoonlijke boodschap wanneer je een bestelling plaatst op kiesuwkerstkaart.nl



**BEVEILIG NU
10 APPARATEN**



9,99
26,52
12,09 incl. btw
5913810



Geldig t/m 31 december 2019

**90,-
korting**



Bureaustoel Point 91

- Gebruiksduur tot 8 uur
- Memory foam
- Zitdiepte verstelbaar
- 3 Jaar garantie
- Geldig t/m 31 dec 2019

189,00
~~270,00~~



228,69 incl. btw

6312037 - 6313267 - 6314174 - 6314182
6314190 - 6314207 - 6314215 - 6314223

Droomhuis gevonden?

Het onafhankelijk onderzoeksbureau van digital experience benchmarking WUA riep het Rabobank Hypotheekdossier uit tot de beste online oriëntatie op een hypotheek (oktober, 2018).

Je ziet jezelf al zitten, je dag start met een kop koffie op je comfortabele bank. Voordat je naar je eerste afspraak gaat check je nog even je e-mail op je telefoon. Je nipt van je dampende koffie als er een streepje zonlicht op je gezicht valt. Je kijkt op en geniet van het onbetaalbare uitzicht uit het raam. Thuis. Nou ja, bijna dan. Je bent zzp'er en hoeft alleen die hypotheek nog maar te fixen. En een goed bod doen. Waar begin je met je volgende stap op de woningmarkt? Wij helpen je graag op weg.

Hypotheek voor zzp'er en ondernemer

Als zzp'er of ondernemer kun je terecht bij de Rabobank voor een hypotheek zowel met als zonder NHG. Zelfs als je pas een jaar bezig bent. "Startende ondernemer en een hypotheek nodig, dat is geen goede combinatie," hoor ik vaak" vertelt financieel adviseur Janiene de Ruiter. "Samen kijken we naar jouw gegevens en bepalen we wat je maximaal kunt lenen voor jouw droomhuis. Zodat je financiering aansluit op jouw situatie."

Een hypotheek die aansluit bij jouw situatie

Heb je geen vast inkomen of wijzigd jouw inkomen per maand, dan wil je een hypotheek die past bij jouw situatie. "Bij de Rabobank kun je kiezen uit een hypotheek met Plusvoorwaarden of Basisvoorwaarden. Welke vorm bij jou past, hangt af van de mogelijkheden en mate van flexibiliteit die je belangrijk vindt. Wij helpen je graag bij het maken van je keuze," vertelt Financieel

Adviseur Peter Blom. "Het is belangrijk dat je keuze nu en in de toekomst bij jou en je situatie past."

Je gemiddelde constante inkomen

Financieel adviseur Sevgi legt uit: "Samen kijken we naar je gemiddelde constante inkomen voor de periode van een jaar. Dit inkomen gebruiken we als basis voor het berekenen van je maximale hypotheek. Belangrijk is dat het bij jouw situatie past. Een hypotheek heb je niet voor even, maar sluit je af voor een lange termijn."

Goed voorbereid met de beste online oriëntatie

De website flexibelwerkenenwonen.nl helpt je als zzp'er of flexwerker om je hypotheek-aanvraag goed voor te bereiden. Start je goede voorbereiding bij de Rabobank in het online Rabobank Hypotheekdossier. Zo weet je snel waar je aan toe bent en wat jouw mogelijkheden zijn.

De adviseurs uit jouw regio staan voor je klaar

Deventer: Sevgi Akbulut - (06) 22 72 41 19

Deventer: Peter Blom - (06) 13 67 33 25

Raalte en Olst-Wijhe: Janiene de Ruiter - (06) 23 46 25 80

Ontdek zelf de pluspunten van de Rabobank Hypotheek:

- Rabobank biedt maatwerk speciaal voor ondernemers.
- Combinatiegesprekken met de accountmanager en financieel adviseur.
- In privé financieren van bedrijfs- en agrarische woningen mogelijk.
- Ook zonder omgevingsvergunning kunnen we bij nieuwbouw een offerte uitbrengen.
- Financieren is al mogelijk bij één afgesloten boekjaar.
- Wij zorgen voor een snelle afwikkeling van de offerte.

Pim Jansen van All-Inn in Twello vindt mooie uitlaatklep in de jacht

Altijd op jacht naar een mooie uitdaging: zowel achter het bureau als in het veld

SOM'S PASSIE

Niets ten nadele van mensen die in loondienst arbeid verrichten, maar ondernemers staan bekend als hardwerkende mensen. Een 36-urige werkweek, daar lachen ze om. 40 uur is standaard en meestal wordt het wel 50 of 60 uur. Of zelfs nog meer. En klagen, dat doen ze amper. De grote vraag is natuurlijk hoe ze het volhouden. In deze rubriek ontrafelen we iedere editie het geheim van de smid: hoe maakt de ondernemer in zijn of haar spaarzame vrije tijd het hoofd schoon? In deze editie Pim Jansen, eigenaar van All-Inn in Twello.



Dat je op je 18de al jouw rijbewijs haalt, daar kijkt niemand in je omgeving van op. Anders wordt het wanneer je direct daarna met succes de jachtopleiding afrondt. Dat is niet de meest voor de hand liggende hobby voor iemand op de grens van volwassenheid. "Ik kwam er al jong mee in aanraking", vertelt Pim Jansen. "Op m'n 13de mocht ik al met een goede kennis mee om te helpen met drijven", geeft hij aan dat de jachtcursus eigenlijk wel een logische vervolgstap was.

Het gezinsleven staat inmiddels al een aantal jaren op nummer 1 bij de eigenaar van All-Inn in Twello, maar je kunt wel stellen dat het jagen zijn eerste grote passie was. Onze suggestie dat het gezien zijn voorliefde voor een natuurlijke omgeving wellicht ook vissen had kunnen zijn, werpt hij verre van zich. "Onder water zie je niets. Als je in het veld rondstruint, zie je het wild. Als we niets schieten, hebben we toch een mooie dag. Het gaat ons niet om het schieten, maar om het beheren."

We spreken hem eind september en de insiders weten dat de goede tijd voor de jagers is aangebroken. Eerst de eendenjacht en later wordt ook het andere wild, zoals reeën, hazen en konijnen vrijgegeven. "De goede klanten weten inmiddels dat ze de jaarbespreking in september/oktober of januari/februari krijgen. In de maanden november en december pak ik de ruimte om te jagen. Als dat vanwege het werk niet meer zou kunnen, heb ik wel een uitdaging. Voor mij is het een verbonden aan het ander, want ik wil juist een goede balans tussen de twee. De jacht is voor mij een ideale uitlaatklep."

Jansen heeft geen ambities om in Afrika op de foto te gaan met een geschoten olifant of buffel. Zijn voorkeur gaat duidelijk uit naar het roofwild zoals vossen en kraaien. Niet vanwege de kick of dat het lekker gemakkelijk jagen is, maar vooral om de balans in de natuur te herstellen. "Als we de vossen hun gang laten gaan, dan zijn we over een aantal jaren de helft van de kieviten kwijt. Als jagers in Wilp Achterhoek zijn we niet voor niets bezig met het inzaaien van akkers met een mengsel dat aantrekkelijk is voor weidevogels", verzucht Jansen die om dezelfde reden ook de



hallelujastemming rond de terugkeer van de wolf niet zo goed begrijpt. "En het volgende probleem dient zich al weer aan, want ook de wasberen staan al aan de Duitse grens..."

Heilige graal

Pim Jansen is blijkbaar met alles heel vroeg, want in 2008 werd hij op z'n 21ste eigenaar van All-Inn. Een bureau dat zich van oudsher richtte op de verspreiding van reclamefolders en ander huis aan huisdrukwerk. Dat was niet gepland, maar vanwege ziekte van z'n moeder die leiding gaf aan het bedrijf, werd hij min of meer voor de leeuwen gegooid. En kreeg hij ineens de verantwoordelijkheid voor veertig medewerkers en tweeduizend bezorgers. "Inderdaad, zeker geen gespreid bedje. Ik heb het wel moeten kopen en werd door de bank meteen flink door de mangel gehaald." All-Inn had net als veel bedrijven in de reclamewereld veel last van de crisistijd, maar wist het hoofd toch heel goed boven water te houden. "Ik weet nog goed dat we vrij snel na mijn komst te maken kregen met een daling van 45% van de omzet vanuit het midden- en kleinbedrijf. Toch wisten we 15% te groeien.

Dat kwam vooral door ons verspreidplan met reistijdanalyse waardoor de grote jongens klant besloten klant te worden."

Net als in de natuur is hij in z'n dagelijks werk bij All-Inn continu op zoek naar de balans. Qua tijdsindeling om de stapels werk weg te kunnen werken, maar zeker ook qua verkenning van nieuwe zakelijke mogelijkheden. Zonder de corebusiness van de verspreiding uit het oog te verliezen, is het Twellose bedrijf onder aanvoering van Pim Jansen wel andere wegen ingeslagen. Met als doel om efficiënter te werken en vooral ook beter advies te kunnen geven.

All-Inn lijkt de heilige graal te hebben gevonden in verspreidingsland, namelijk datasegmentatie. "Daarin onderscheiden we ons echt van de concurrentie. Het komt er op neer dat je niet lukraak folders verspreidt, maar uitzoekt wie er echt iets aan heeft. Zo hebben we voor een bedrijf in veranda's een flink aantal adressen van flats kunnen selecteren. Die hebben natuurlijk niet zo veel aan een folder over veranda's. Je gaat dus minder folders verspreiden, maar wel met meer resultaat. In dit geval zag de klant zijn omzet met 30% groeien."

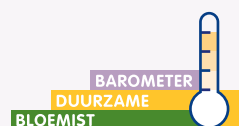
Zoekt u een dienstverlener die uw wensen begrijpt? Hier zijn wij en bieden u de volgende diensten aan.

- ▶ Los laden & los lossen van zeecontainers
- ▶ Value added logistics
- ▶ Hef & reachtruck chauffeurs
- ▶ Logistieke medewerkers

Grote Markt 19 | 7711 CZ Nieuwleusen | 06 57 16 18 82
bartosz@bartoszdo.nl | www.bartoszdo.nl



**Nodig ons eens
uit als sfeermakers in
je bedrijfspand!**

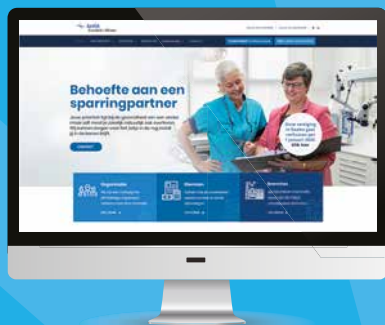
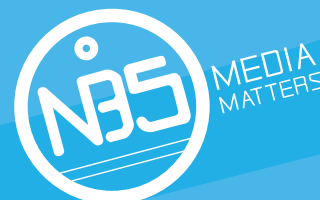


Niveau Brons – SGS 201501-21

WWW.PASSIEFLORASALLAND.NL

Kwartel 4, 8103 EB Raalte (Noord)

**Ook een nieuwe website
die resultaat oplevert?**



www.aarnink-aa.nl



www.restauranthetbuitenhuys.nl



www.byvincent.nl

N35 → website → bezoekers → conversie

Organisatie beraadt zich op programma voor Stöppelhaene 2020

Bier en bitterballen: het is echt 'Onderneem 't èèm aens'!

Iedere ondernemer is wel eens bij een bijeenkomst geweest waar je wordt ontvangen met een vaag tropisch drankje. Al dan niet met alcohol. Het is goed bedoeld, dus je pakt het aan, maar het liefst loop je door naar de bar om daar je favoriete drankje te bestellen. De organisatie van 'Onderneem 't èèm aens' pakte het dit jaar echt èèm aens aan. Geen tropische drankjes, maar bij binnenkomst direct een schaal met de bitterballen onder de neus. Zo doen we dat in Salland!

'Onderneem 't èèm aens' is de opvolger van de jaarlijkse verkiezing van Raalter Onderneming van het Jaar tijdens Stöppelhaene. Dat lokte vele nieuwsgierigen naar de Sallandse Herberg. Nieuwsgierig naar het nieuwe format dat onder andere bestond uit een optreden van Hellingen Hendrik en een quiz die moest leiden tot de bekendmaking

van 'De snuggerste ondernemer van Salland'. Die eer viel René van Hoogstraten van Adficount ten deel.

Een mooie opzet van de organisatoren, maar de nieuwe groep ziet tegelijkertijd dat de meeste ondernemers tijdens Stöppelhaene het liefst netwerken en met elkaar een biertje drinken en daar heeft (een deel van) het programma onder te lijden. "We gaan het allemaal goed evalueren om te kijken hoe we verder gaan", geeft Ton Groot Beumer aan. Wat bijzonder in de smaak viel, was de uitreiking van de Rabobank Award aan een bedrijf uit een bepaalde categorie, in dit geval familiebedrijven. Deze primeur ging naar Uw Onderhoudspartner Lenferink uit Heino. "Indrukwekkend om drie generaties op het podium te zien. Een mooi onderdeel van het programma dat wat mij betreft zeker terugkomt."





Netwerken, workshops, landelijke bekende spreker en vooral ook gezelligheid

Laat je inspireren door 'Ondernemer van Morgen'

Iedere ondernemer in Salland is wel eens naar een zakelijk evenement geweest. Of het nu een leveranciersdag is, een congres met sprekers uit jouw specifieke vakgebied of de lancering van een innovatief product dat de branche op z'n kop zet. Soms ga je met een goed gevoel naar huis, soms met het gevoel dat het verspilde tijd en energie was. Wat de eindconclusie ook is, je moet in ieder geval eens in je leven bij 'Ondernemer van Morgen' zijn geweest.

Dit netwerkevenement wordt donderdag 14 november voor de derde keer georganiseerd in het Hoftheater in Raalte. Het mooie is dat niet alleen ondernemers te gast zijn, maar ook vele ambtenaren van de gemeente die in contact staan met het bedrijfsleven. Net als vorig jaar is er ook voor ondernemers en ambtenaren uit de gemeente Olst-Wijhe gelegenheid om aan te haken. Het ideale podium dus om elkaar eens op een andere manier te ontmoeten. Ferdi Zwerink, directeur van Sonodruk in Heino, heeft de eerste twee edities meegemaakt en is medio november opnieuw van de partij. Hij hoefde er niet echt over na te denken. "Het is de ideale combinatie van netwerken en

informatie opdoen. Je wordt even losgeweekt uit de waan van alledag", stelt de eigenaar van de regionale drukkerij. "Wat het programma ook is, je doet weer ideeën op. Er zijn altijd kleine dingen die je direct kunt toepassen.

Trendwatcher

'Ondernemer van Morgen' staat in de boeken als een netwerkevenement, dus dat betekent dat er relatief veel tijd is om met andere ondernemers en de ambtenaren in gesprek te gaan. "Vaak kom je bij vergaderingen en netwerkborrels dezelfde gezichten tegen. Het leuke van OvM is dat je juist eens met andere

ondernemers in gesprek komt", aldus Zwerink. De derde editie verschilt niet van zijn voorgangers. Daar is ook geen reden voor, want als je twee keer een volle bak hebt, dan mag je de conclusie trekken dat het met het programma wel goed zit. De deelnemers worden 14 november welkom geheten door dagvoorzitters Paul Maas (voorzitter Kring Raalter Werkgevers) en Bram Steijn (voorzitter Heino Aktief). Zij geven daarna het woord aan Richard van Hooijdonk. In 2015, 2016 en 2017 is hij verkozen tot de meest gevraagde trendwatcher en futurist van Nederland. Hij belooft je mee te nemen naar een toekomst waarin het leven, werken en ondernemen



drastisch gaat veranderen. Iedereen heeft dan voldoende inspiratie om zich onder te dompelen in een aantal sessies. De keuze is reuze: van cybercrime met Ferdi Riphagen van Capgemini tot vloggen met Lars Henning van Taaluilen. En van gamification met Boy Bouw van DEVcake tot circulair ondernemen met Bart Jeurnink en Rogier Eenkhoorn van Kennispoort Regio Zwolle. Tot slot is er de mogelijkheid om deel te nemen aan speeddates onder leiding van SmitDeVries. Natuurlijk wordt er volgens goede Sallandse traditie ook gezorgd voor voldoende eten en drinken!

Evenement: Ondernemer van Morgen

Datum: donderdag 14 november 2019

Tijd: inloop vanaf 16.00 uur

Voor meer info en aanmelding:

www.ondernemervanmorgen.nl





Shop je kerstcadeau bij SkinEffects!

Kerst staat weer voor de deur. En wat geef jij je relaties en collega's onder de kerstboom? Bij Skineffects vind je producten die jou laten stralen. Ook bieden wij ontspannende en huidverbeterende behandelingen aan.

Kijk op www.skineffects.nl voor ons aanbod.

Of stap eens binnen in de wondere wereld van SkinEffects. We zijn een expertisecentrum in huidverzorging en – verbetering.

**Ben je al het stralende middelpunt?
Dan gun je dat natuurlijk ook graag aan anderen.
Geef daarom eens een SkinEffects cadeaubon
aan jouw collega's en zakenrelaties!**



HUDANALYSE ♦ HUDTHERAPEUTEN ♦ SCHOONHEIDSSPECIALISTEN ♦ BOTOX ♦ PMU

Lutkekestraat 12 Zwolle | 038 303 03 17 | info@skineffects.nl | www.skineffects.nl



Ommer bedrijfsvloeren

Ommer Bedrijfsvloeren
Witte Hekke 1A, Luttenberg
0529 - 46 28 51
info@ommerbedrijfsvloeren.nl
www.ommerbedrijfsvloeren.nl

Ommer Bedrijfsvloeren levert én plaatst antislip Stic-vloeren, de ideale vloer voor elk denkbaar bedrijf. De vloer bestaat uit gerecyclede kunststof tegels die na montage volkomen vloeistofdicht zijn. Daarom zijn deze vloeren zéér geschikt voor toepassingen in de autobranche, maar ook voor horeca, scholen, sportaccommodaties, rijwielzaken, industriehallen, ziekenhuizen en ruimtes waar wordt gewerkt met dieren.

De losse tegels kunnen over iedere ondervloer worden gelegd en door het thermisch en chemisch lassen van de naden ontstaat een 100% vloeistofdichte vloerafwerking. Andere unieke eigenschappen zijn: antislip (ook in natte toestand), extreem slijtvast, veerkrachtig, duurzaam, bestand tegen de meeste oliën, vetten en een veelvoud van chemicaliën en hoge geluids- en warmte-isolatie. Het neemt geen geuren aan en het is ook nog eens gemakkelijk en snel te reinigen en te onderhouden. Ommer Bedrijfsvloeren kan op verzoek ook een certificaat VV-verklaring (voorheen PBV-verklaring) verstrekken.

Besten Machines

Besten Machines
Bloeme-weide 25, Haarle
0548 - 656148
info@bestenmachines.nl
www.bestenmachines.nl

De kans is groot dat je in een werkplaats wel eens een machine van Besten Machines hebt gezien. Het bedrijf uit Haarle verhandelt sinds 2002 zowel nieuwe als gebruikte machines die overal in Nederland gretig aftrek vinden.

Van bandzaagmachines, boormachines en buigmachines tot draaibanken, freesmachines en persen. Besten is importeur van o.a. Mubea, Pilous-TMJ zaagmachines en Nargesa (www.nargesa.com) metaalbewerkingsmachines. Het uitgebreide machinepark is een sterk punt, maar dat geldt zeker ook voor de organisatie achter de machines. Besten Machines beschikt namelijk over 9 medewerkers, waaronder 5 servicemonteurs. Zij doen veel onderhoud, revisie en reparatiewerk en staan bekend om de ijzersterke service. "We bouwen graag een lange relatie op met onze klanten. En denken graag al mee in het productieproces. Ook zijn we ontzettend druk met veiligheidskeuringen en machineveiligheid", vertelt eigenaar Ron Besten. "We doen NEN-3140 keuringen (Arbo-checks), risico-inventarisaties en passen machines aan om de gebruikersveiligheid op orde te brengen."



AKROH Industries

AKROH Industries
Ampèrestraat 6, Zwolle
038 - 4674500
info@akroh.com
www.akroh.com



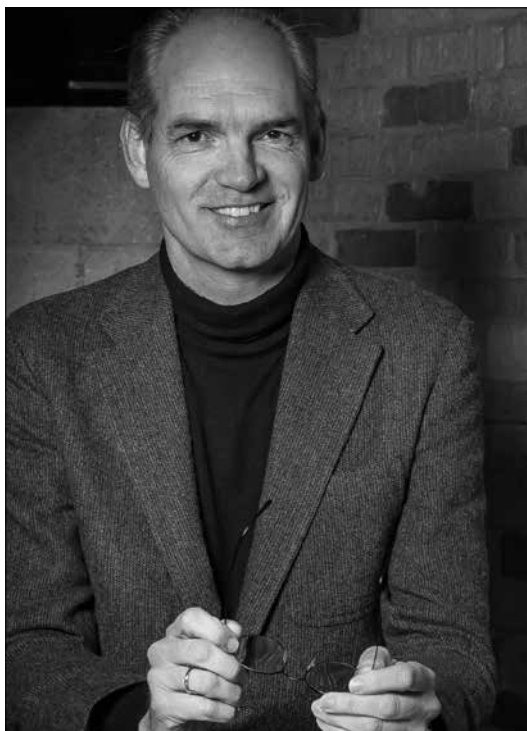
'Uw idee, onze uitdaging!' Dat is een belangrijk motto binnen het Zwolse familiebedrijf AKROH Industries. Met een in-huis productieafdeling, vakmensen met een grote kennis van de spuitgiettechniek en meer dan 25 spuitgietmachines ter beschikking hebben wij de mogelijkheid om innovatieve kunststof producten op maat te maken. Daarnaast is AKROH Industries specialist in het produceren van halsbanden en andere webbingproducten.

Van emmers tot kentekenplaathouders en van kalverdekens tot identificatieproducten voor veedieren, het assortiment is breed. Ook een bedrukking van bijvoorbeeld bedrijfslogo is mogelijk. Afnemers zitten in o.a. de agrarische-, automotive-, bouw- transport-, optiek- en ruitersportsector. Sinds de oprichting door CEO Arend-Jan Horst acht jaar geleden, worden de ruim vierhonderd producten naar meer dan vijftig landen over de hele wereld geëxporteerd. Heeft u een idee voor een product of bent u geïnteresseerd in één van de vele producten uit het AKROH assortiment? Wij gaan graag met u in gesprek.

Bladpresentatie juni 2019

Mocht je nog denken dat we bij het Sallands Ondernemers Magazine niet sportief zijn, dan ik het laatste beetje twijfel wel weggehaald bij de presentatie van de juni-editie van SOM. Na eerder al een keer te gast te zijn geweest bij kickboksschool Tabonon werden we nu gastvrij ontvangen bij fit20 trainingsstudio. Helaas was covermodel Bas Kamphuis niet in de gelegenheid het eerste exemplaar in ontvangst te nemen. Deze eer viel nu te beurt aan Arend-Jan Horst, directeur van Akroh in Zwolle, die meteen enkele van zijn geheimen onthulde waarom zijn bedrijf het momenteel zo goed doet.





Wilt u weten uit welke hoek de wind waait...

"Is mijn bestaande testament nog up to date? Wat is een levenstestament? Hoe voorkom ik dat ik mijn eigen huis moet opeten? Heb ik huwelijksvoorwaarden nodig? Zijn mijn huwelijksvoorwaarden nog up to date?"

Allemaal vragen waarop u graag een duidelijk antwoord wenst.

Neem contact op voor de gratis testamentcheck.
Vanaf 1 november op dinsdagavond geopend op afspraak

Drostenkamp 2 Raalte
T. 0572 - 36 36 19
www.notarisdezwart.nl



NOTARISKANTOOR
DE ZWART RAALTE



De specialist in letter- en lichtreclame!

Van eenvoudige reclame-uitingen
tot totaalconcept



letter- en lichtreclame



technische kennis
eigen montageteam
snelle levering
decennia lange
ervaring



**BELETTERING
VAN
A TOT Z!**



**BIJ ONS
BENT U AAN
HET JUISTE
ADRES!**

High-Tech Offset

Een super kwaliteit

High-Tech Offset volgens Veldhuis Media

Veldhuis Media heeft het drukproces volledig geïntegreerd, geautomatiseerd en gedigitaliseerd. Dit supersnelle en slimme concept noemen we High-Tech Offset.

Door uw en ons drukwerkproces volledig en naadloos op elkaar aan te sluiten, krijgt u uw kwaliteitsdrukwerk een stuk sneller, efficiënter en toch voordelig.

**Een super kwaliteit voor een nog
betere prijs.**

